

ricostruiamo il futuro

dal pensiero
di Antonio Genovesi
pratiche d'impresa
oltre la crisi

Salerno, 10 dicembre 2013

Documento

del
Laboratorio Nazionale
di Nuova Economia

elaborato a cura di



ricostruiamo **il futuro**

dal pensiero
di Antonio Genovesi
pratiche d'impresa
oltre la crisi^[1]

Ricostruire il Futuro

Dal pensiero di Antonio Genovesi pratiche d'impresa oltre la crisi

Sommario

Premessa: le ragioni di un "Laboratorio di Nuova Economia"..... 5

Capitolo 1 | È già presente in Italia una nuova economia: una lettura d'insieme

1.1 Un'economia che sia "civile"6

1.1.1 Breve percorso storico alla ricerca di un tratto comune del pensiero economico che dal '700 arriva fino al XXI secolo 8

1.1.2 Un'economia ed un fare impresa che sanno creare "bene comune" 16

1.2 Gli Attori "profit oriented"

1.2.1 Le imprese responsabili 19

1.2.2 Il settore del credito bancario 21

1.2.3 Gli attori impegnati per la sostenibilità ambientale..... 22

1.3. Gli attori not for profit 23

1.3.1 Le associazioni

1.3.2 Le Associazioni di Promozione Sociale

1.3.3 Attori dell'economia solidale 24

1.3.4 Le fondazioni 25

1.3.5 Le imprese sociali 26

1.3.6 Le organizzazioni di volontariato 27

1.3.7 Le società cooperative 28

1.3.8 Le società cooperative sociali

1.3.9 Le società di mutuo soccorso 29

Capitolo 2 | Dal pensiero di Antonio Genovesi, pratiche d'impresa oltre la crisi 30

2.1 Le esperienze del Laboratorio nazionale di Nuova Economia

2.1.1 Composizione del campione 31

2.1.2 Metodologia di analisi 33

2.2 Il filo rosso valoriale: la dimensione comunitaria 35

2.2.1 Quale "senso di comunità": l'interdipendenza positiva 36

2.3 La relazione

2.4 La reciprocità 38

2.4.1 Reciprocità, gratuità e cooperazione

2.4.2 Reciprocità e profitto 39

2.4.3 Reciprocità e inclusione	
2.4.4 Reciprocità e equità	40
2.4.5 Reciprocità e sobrietà	41
2.5 La legalità	
2.5.1 L'impresa come soggetto "precursore di diritti", all'interno e all'esterno di sé.	42
2.5.2. Gli ambiti della legalità	
2.5.3 Senza legalità non vi è sostenibilità	43
2.6 L'evoluzione	44
2.6.1 Evoluzione e creatività	45
2.6.2 Evoluzione e nuove relazioni tra produttori e cittadini	
2.7 Dall'utopia praticata alla realtà possibile	46
Capitolo 3 Ri-costruire il futuro: riflessioni per lo sviluppo di un'economia segno di civiltà ...	48
3.1 Un nuovo paradigma per la creazione di valore condiviso	49
3.1.1 Valorizzazione del capitale territoriale come fattore per la competitività delle imprese	50
3.1.2 Da Responsabilità Sociale d'impresa a Responsabilità sociale di territorio	51
3.2 La costruzione delle reti	53
3.2.1 Ri-localizzazione e rivisitazione dei costi	
3.2.2 Rapporto tra la pubblica amministrazione e l'economia civile	55
3.2.3 Contadinanza e territorio	56
3.3 Accesso al credito	58
3.3.1 La filiera (corta) dell'accesso al credito	
3.3.2 Capitali pazienti per l'impresa di comunità	59
3.4 Marchio e sistemi di garanzia e certificazione	
3.5 Percorsi culturali di apprendimento e di approfondimento	62
3.5.1 Diffusione di una "nuova" economia	
3.5.2 Diffusione tra imprenditori, dirigenti pubblici e privati, responsabili di organizzazioni e di progetti	63
3.5.3 Un nuovo approccio informativo	
3.6 Le nostre dimensioni: interiore e globale	64
3.7 Oltre le idee e le buone pratiche	65
Bibliografia	66

Premessa: le ragioni di un “Laboratorio di Nuova Economia”

Veniamo da anni di un pensiero prevalente liberista, secondo il quale i mercati devono essere lasciati liberi di agire mentre vanno ridotti e smantellati i vincoli e i controlli di natura sociale e ambientale. Le conseguenze di un tale approccio sono oggi sotto gli occhi di tutti. Le recenti crisi finanziarie hanno messo a nudo, a livello mondiale, la mancanza di una progettualità che integri la dimensione sociale, ambientale, politica ed economica, e che ci aiuti ad affrontare le sfide che abbiamo davanti, recuperando fiducia e speranza nel futuro.

Questa visione critica, condivisa ormai da molti movimenti della società civile ma non solo, spesso però è accompagnata da un'analisi positiva, di un **nuovo che sta avanzando** e che acquista sempre più consensi anche tra l'opinione pubblica. Un nuovo rappresentato da tutte quelle esperienze maturate in anni più recenti che cercano di coniugare l'economia e la finanza con la solidarietà, l'etica, la socialità, l'ecologia, le relazioni, superando la dicotomia tra un approccio profit e uno non profit, tra gratuità e attività professionale, tra valore economico e valore sociale. Numerosi sono i termini usati per cercare di connotare questo articolato movimento: del bene comune, economia civile, di comunione, economia del noi, non profit, sociale, solidale...

Sono definizioni che raccontano la ricchezza dei diversi percorsi che sono andati attivandosi nei nostri territori, nelle nostre comunità locali; percorsi simili che non sempre hanno saputo incontrarsi ed intrecciarsi: potremmo definirli **“percorsi paralleli alla ricerca di un incontro”**.

E' per questa ragione che abbiamo lanciato questo **“Laboratorio nazionale di Nuova Economia”** che in quest'ottica di incontrare, mescolare, intrecciare esperienze simili, ha lasciato da parte aggettivi identificativi che possono risultare escludenti più che includenti. Tutto questo per favorire una reale aggregazione di soggetti, che sanno pensare e praticare una concreta alternativa all'attuale spersonalizzazione dell'economia e della finanza.

Ci piace pensarci come soggetti che vogliono proporre un nuovo pensiero economico a livello teorico e politico e che sanno disegnare una nuova visione strategica di sviluppo delle nostre comunità a partire dalla lettura e dalla valorizzazione delle esperienze innovative già in atto.

Le riflessioni si agganciano al dibattito che si è sviluppato in occasione delle celebrazioni legate ai **trecento anni dalla nascita di Antonio Genovesi**. Proprio dal pensiero dell'economista napoletano infatti vogliamo prendere ispirazione per contribuire a rigenerare il futuro attraverso la promozione di pratiche e di progetti di imprese e comunità responsabili.

Il documento che presentiamo è il frutto di un percorso di un anno e mezzo di “pellegrinaggio” per l’Italia che ha sentito l’esigenza di partire dall’incontro diretto con questa modalità di fare impresa e che ha avuto principalmente questi tre obiettivi:

- intrecciare esperienze di impresa vicine per comportamenti imprenditoriali, pur partendo, a volte, da presupposti ideologici o motivazionali diversi;
- tracciare un filo rosso valoriale che possa dare una lettura qualitativa unitaria di questo spaccato di mondo imprenditoriale, convinti come siamo che è questa l’economia ed il fare impresa che vale la pena sostenere e promuovere;
- ipotizzare delle piste di lavoro che possano sempre più rafforzare questa modalità sana di fare impresa.

Il documento si struttura in tre capitoli. Il primo cerca di dare una lettura quantitativa di questo spaccato economico italiano che si presenta molto frastagliato ed articolato, disegnando uno scenario che supera la dicotomia tra economia *for profit* e *not for profit*.

Il secondo capitolo entra nel merito del campione analizzato tracciandone una lettura qualitativa ed individuando quel filo rosso valoriale che lo caratterizza e identifica.

Il terzo capitolo traccia invece le possibili vie di sviluppo individuando le azioni auspicabili perché questa forma del “fare impresa” possa essere sempre più significativa.

Capitolo 1 | È già presente in Italia una nuova economia: una lettura d'insieme

1.1 Un'economia che sia "civile"

«Non deve esser lecito a' commercianti né estrarre tutto, né introdurre tutto, né senza regola. Ogni estrazione che indebolisce l'industria è rea di maestà, e ogni importazione che nuoce alle arti domestiche distrugge lo Stato; ogni merce, ogni contratto, ogni traffico che viola la fede pubblica, rovina la Nazione. La legge economica deve fissar questi termini. Ma deve poi il commercio esser libero nelle estrazioni delle manifatture e di quelle derrate che soverchiano, e anche tanto leggiero che non possa il più. Allora il commercio anima e arricchisce i popoli e i sovrani».

[A. Genovesi, *Lezioni*, Conclusione delle lezioni, par. XV, pag. 227, Milano: G.G. DESTEFANIS, ed. 1803].

Prendendo come riferimento gli studi che l'economista Antonio Genovesi ha condotto nel '700 ci chiediamo: cosa si vuole intendere quando si usano congiuntamente i termini "economia" e "civile"? Esiste una economia a prescindere dai cittadini o persino contro i cittadini? In altri termini, occorre specificare² a chi si rivolgono le "regole di funzionamento della casa" comune (la traduzione dell'etimo dei termini greci di economia)?

Proprio a partire dal pensiero di Genovesi possiamo dire che un'economia può essere considerata civile se offre una lettura dei fenomeni economici su basi cooperative, relazionali e di gratuità: una prospettiva diversa da quella finora applicata per interpretare l'economia, non solo nei contesti e nelle imprese *not profit oriented*, ma anche in quello delle imprese esplicitamente orientate al profitto.

¹ L'*Economia Civile* si fa risalire ad Antonio Genovesi, primo Preside della facoltà di Economia a Napoli nel 1754, e al suo libro: *Lezioni di Economia Civile*. Su ciò si veda, tra gli altri, Bruni & Zamagni, 2004 e 2009. Di fatto "l'espressione *Economia Civile* conserva l'ambiguità della parola italiana *economia*. Questa stessa parola, infatti, nonostante il tentativo che fu tentato tra le due guerre mondiali di introdurre in Italia l'espressione *Economica* (per indicare la teoria economica), indica sia i *fatti* economici (l'*economy* inglese) sia la teoria economica (*Economics*). Esiste, infatti, sia una *Economy civile* e sia una *Economics*" (Si veda L. Bruni e S. Zamagni: *Dizionario di Economia civile*. Città Nuova Editrice, 2009, pag. 10).

² Si pensi all'*Economia Sociale*, a quella *Solidale*, all'*Economia Sociale di mercato*, all'economia della *felicità* o dell'*Economia di Comunità*, per non dire dell'*Economia Politica*, *Liberista*, *Capitalista* e così via.

Infatti, ancora oggi mancano principi e comportamenti precisi in grado di ribattere all'idea fondamentale che per un'impresa massimizzare il profitto nel rispetto delle regole è il solo e unico fine responsabile³.

È del tutto evidente che tale visione innovativa di economia non ha finora trovato, se non sporadicamente, politiche e normative di supporto adeguate. Diverse sono comunque le esperienze di nuova economia che si sono sviluppate in Italia, anche se continua a persistere la distinzione tra *profit oriented* e *not profit oriented* riservando solo a quest'ultimo gli appellativi di *civile*, *sociale*, *solidale*, etc.

Le stesse agevolazioni fiscali accordate ai soggetti *not for profit*⁴ possono essere viste come meritorie (e dunque considerate positive), ma anche come misure ambigue, in quanto relegano tali attività nell'ambito classico del "sociale".

Queste attività cosiddette "civili", oltre allo *scambio d'equivalenti* e la *ridistribuzione* – quasi sempre prevista dall'economia classica – prevedono la *reciprocità* come condizione essenziale per l'attivazione di un processo economico.

In questo senso, quindi per noi, recuperare storicamente il termine e parlare di **"economia civile"** significa fare riferimento a un'attività economica nella quale la produzione o lo scambio di beni e servizi sia finalizzata alla realizzazione di un bene comune.

Sia il Genovesi che Adam Smith, suo contemporaneo, già riflettevano sulla medesima domanda: come ottenere il bene comune? Tuttavia la lettura che i due economisti affidano agli scambi commerciali e ai mercati, è ben diversa.

Per Smith, imprese e individui sono liberi di agire secondo i propri interessi, non c'è bisogno di preferenze sociali e solidali perché all'interno del mercato una "mano invisibile" è in grado di riconciliare l'egoismo delle imprese con gli interessi della collettività. «*La società civile può esistere tra persone diverse sulla base della considerazione dell'utilità individuale, senza alcuna forma di amore reciproco o di affetto*» (A. Smith, 1759, *Theory of Moral Sentiments*, II. 3.2). Più le relazioni commerciali sono lontane da sentimenti e comportamenti di benevolenza, più facilitano il meccanismo di funzionamento del mercato. La

³ Fra tutti, si veda M. Jensen, Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function, *European Financial Management Review*, n. 7, 2001.

⁴ Di cui al Decreto Legislativo 4 dicembre 1997, n. 460 recante il "Riordino della disciplina tributaria degli enti non commerciali e delle organizzazioni non lucrative di utilità sociale".

“spersonalizzazione” degli scambi nel mercato sarebbe quindi un elemento funzionale positivo, in grado di produrre il bene comune.

Per Genovesi, e per tutti gli autori di economia italiani del '700, invece, l'ottenimento del bene comune non è il risultato dell'agire della “mano invisibile”, ma è il risultato della intenzionalità degli individui che operano all'interno di un contesto di mutua e reciproca fiducia. In altri termini, per il Genovesi, e gli economisti di quel tempo⁵, le relazioni commerciali non sono né impersonali, né anonime, ma sviluppate in un contesto civile preciso in cui le persone sono tra loro legate da una «*corda che lega e unisce le persone... il vincolo delle famiglie unite in vita compagnevole*».

Ma il filone umanista, iniziato dal Genovesi, sembra già estinguersi a fine ottocento. Infatti, con l'economista italiano Vilfredo Pareto (1848-1923) prende forma l'*homo oeconomicus*, il concetto di un uomo uniforme nelle preferenze e nelle utilità attese, che agisce in funzione del solo principio di efficienza: minimizzazione dello sforzo (i costi) e la massimizzazione del risultato (l'utilità), qualunque siano i criteri individuali di preferenza. La metodologia paretiana sviluppa il tentativo di rendere scientifica l'economia espellendo l'etica. Morì troppo giovane (a soli 35 anni) il nostro giusfilosofo Mario Calderoni (1879-1914), contemporaneo di Pareto, le cui idee e relazioni internazionali avrebbero potuto diffondere la sua “via di mezzo” tra l'utilitarismo dei marginalisti e l'umanesimo del Genovesi e del Toniolo. Calderoni e i “nuovi economisti”, infatti, dimostrarono che c'è un livello massimo entro cui la massimizzazione della propria utilità personale può essere produttiva, oltre il quale altri atti puramente egoistici diminuiscono il benessere totale dell'individuo.

Ma più che estinguersi, il pensiero di Genovesi sembra assumere un andamento “carsico”. E, soprattutto, a fronte di scuole di pensiero che celebreranno il profitto e l'efficienza come massimizzazione del risultato, lungo tutto il '900 e fino ad oggi si incaricherà la storia a far riemergere pensieri e pratiche di un agire etico anche nell'economia, nel nostro Paese, ma non solo.

1.1.1. Breve percorso storico alla ricerca di un tratto comune del pensiero economico che dal '700 arriva fino al XXI secolo

Ci sembra a questo punto importante introdurre i nostri ragionamenti partendo da una contestualizzazione che porti a domandarci quale è stato il cammino che ha

⁵ Si pensi a Giuseppe Toniolo, il quale, nel 1873, presso l'Università degli studi di Padova tenette la prolusione all'insegnamento di Economia Politica sul tema: “Dell'elemento etico quale fattore intrinseco delle leggi economiche”.

condotto l'economia ad essere una materia così importante, quasi prevaricante, tanto da meritare storicamente un filone di studi ad essa dedicato?

Nell'antichità e fino a metà del XVIII secolo il parlare di economia avveniva all'interno della filosofia, ed in particolare della filosofia morale e/o dell'etica.

I trattati fondamentali di Aristotele (Etica Nicomachea, la Grande Etica, la Politica), di Senofonte e di altri filosofi seguenti hanno condizionato le generazioni facendo emergere una realtà importante ed unitaria: la persona umana che nasce, muore, vive, lavora⁶, amplia la società con una crescita di ricchezza.

In tale situazione la riflessione si incentrava sull'economia⁷, sulla crematistica⁸, sull'usura, sulla felicità, sul buon comportamento, sui fini del vivere e su come raggiungere i fini della "vita buona".

Fino alla tarda romanità non si può certo dire che vi era un sistema economico come da noi moderni vissuto come prassi. Fu con l'esperienza dei benedettini e, successivamente, dei francescani che si cominciarono a valutare e a studiare quei temi "economici" che hanno condotto ad una formulazione del lessico e della teoria economica. Parole come scarsità, abbondanza, sopravvenienze, rarità, ricchezza, povertà, lavoro, rendita, mercato, denaro, banca, credito, debito, preparazione economica, impresa, costo del lavoro, strumenti operativi di credito e di debito, partita doppia, tecniche di bilancio e contabilità aziendale, e così via... cominciano ad essere valutate e studiate e divengono comuni nei vari aspetti della vita umana sia laica che religiosa.

In questo modo nacquero le varie istituzioni, dal Mons Pietatis (Monte di Pietà) all'impresa ed agli Stati che necessitavano di operazioni economico/finanziarie. Tutto ciò però (ed inizialmente quasi esclusivamente nella penisola Italiana), all'interno dei comuni, o – meglio – della *civitas*⁹.

⁶ Nell'antichità poco, in quanto il lavoro era per gli schiavi, i liberti e pochi altri

⁷ Dal greco *οἶκος* (*oikos*), *casa* inteso anche come *beni di famiglia*, e *νόμος* (*nomos*), *norma o legge*. Successivamente la parola si è affermata in contesti sempre più estesi, fino ad interessare gli Stati e le Nazioni.

⁸ Dal greco *κρηματιστικός* (*chrematistikòs*), *creazione di ricchezza conseguente all'accumulo di denaro per se stesso*. Da *χρῆμα* (*chrèma*), *ricchezza*. In questo contesto il "denaro è sterile" e nasce il concetto di "usura".

⁹ Il concetto di *Civitas* è ben diverso da quello di *Polis*. Si veda: Treccani. It (di Luigino Bruni) la voce *Società Civile*. La *Polis* era legata sull'*etnia* e sul *sangue*; la *Civitas* era aperta a tutti. Essa si basa su un nuovo patto di cittadinanza, su un nuovo tipo di rapporto tra esseri umani in rottura con la fraternità naturale della famiglia, dei clan, delle tribù.

E' a partire da queste considerazioni che l'umanesimo ed il rinascimento portano l'attenzione, con visioni e partecipazioni culturali sia di laici che di religiosi, ad un modo nuovo di agire economico, ma sempre all'interno della filosofia morale. La dizione "civile" comincia ad essere pronunciata sempre più spesso e in modo socialmente rilevante proprio a demarcare una distanza dagli aspetti della nobiltà e dal conservatorismo. Lo stesso mercantilismo (modo di svolgere la vita economica in quel periodo) è, in un certo senso, aperto a queste considerazioni, che saranno la base per "dissodare nuovi terreni" su cui costruire nuove relazioni economiche apportatrici di nuova umanità.

Tuttavia è con Antonio Genovesi che, con le sue lezioni di *Economia Civile, Commercio e Meccanica*, prende avvio l'insegnamento dell'economia in forma a se stante (Napoli - 1755) con la prima cattedra di economia al mondo. L'appellativo 'civile' all'economia è chiaro e scontato, anche storicamente, in quanto nasceva dalle modalità storico/popolari che si erano rincorse nei secoli.

È più o meno negli stessi anni del Genovesi che in Scozia si afferma un pensiero economico che si diffonderà rapidamente e che pian piano soppianderà l'*Economia Civile* di Genovesi: quello di Adamo Smith¹⁰, riconosciuto fondatore dell'*Economia Politica* (la moderna ricerca storica internazionale riconosce che A. Smith – sebbene non l'abbia mai citato¹¹ – era a conoscenza dei lavori del pensiero degli economisti civili italiani e di Genovesi, cui attingerà).

Per tutta una serie di vicende storico/politiche (il Congresso di Vienna, la restaurazione, ecc.) il pensiero economico "civile" italiano, basato sul *bene comune*, verrà messo da parte, anche per l'affermazione prepotente e meglio recepitibile dalla popolazione (in verità è sempre più facile accettare una proposta di vita in cui l'impegno personale è semplificato e non comporta grandi cambiamenti interiori) del *bene totale*¹² che la scuola di Smith amplificherà

¹⁰ Ci si ricordi che Adam Smith era docente di Filosofia Morale a Glasgow.

¹¹ Realtà tipica ed un po' snob del mondo anglofono, attualmente denunciata da pensatori economici inglesi, come Bob Sugden.

¹² Secondo Jeremy Bentham (1748-1832) la nuova società dovrebbe basarsi su questo assioma fondamentale: «è la massima felicità del massimo numero che costituisce la misura di ciò che è corretto o sbagliato». Bentham, come già il filosofo scozzese David Hume (1711-1776), identifica la felicità con l'utilità, allontanandosi dall'idea di bene comune, per occuparsi più semplicemente di utilità e di preferenze individuali. Partendo dall'idea di un mercato che funziona bene, purché privo di sentimenti e dove ogni individuo agisce perseguendo il proprio benessere individuale, i successivi economisti svilupparono idee persino più individualistiche. Con la "rivoluzione marginalista", negli anni '70 del XIX secolo, il bene comune diventa l'utilità totale: è bene tutto ciò che accresce la somma delle utilità individuali, che, per aggregazione, costituiscono il bene totale (si pensi alla misura del PIL, che non è altro che la somma dell'utilità economica dei singoli scambi). A ben vedere, le radici del pensiero utilitarista sono persino anteriori a Bentham e Smith. Nel *Leviatano* (1651), il filosofo britannico Thomas Hobbes

successivamente e che diverrà il *mainstream* economico da adottare e che sarà ampiamente adottato. Questo nuovo modo di pensare si chiamerà *Economia Politica* riprendendo in sé (guarda caso la fatalità!) la parola *polis*.

È in particolare la scuola marginalistica che metterà in ombra anche in Italia¹³ tutto ciò che riguardava l'*Economia civile* basata sulla reciprocità, la fraternità (si ricordi che fu una delle tre parole della Rivoluzione Francese), il bene comune, la felicità, e così via. Da quel momento le parole cardine della storica *Economia civile* escono dal lessico economico per riemergere, in maniera forte, da qualche anno, anche a causa della crisi che dal 2007 sta attanagliando il mondo.

Si può affermare che la separazione tra filosofia (ossia la riflessione sull'uomo in generale) ed economia (divenuta sempre più *scienza economica*) ha sicuramente avuto effetti sul vivere quotidiano piuttosto controversi: positivamente la crescita di un *benessere* diffuso che ha comportato una crescita tecnica e qualitativa della vita innegabile; dall'altra la diminuzione nel tempo di un *ben-essere* esistenziale con una enorme disparità di ricchezza e di reddito nel mondo fino ad arrivare all'attuale crisi.

Ma sono almeno cinque le "correnti" di scuola economica che dal tempo dall'Umanesimo si sono affermate rispettivamente in Italia (*di mercato* e poi *civile*), in Francia (*sociale*) in Spagna, e successivamente (più che altrove) in America Latina (*solidale*), in Scozia, e successivamente negli USA (*capitalistica*). Di fatto queste economie seppur hanno inizialmente guardato al mercato in modo etico, si sono poi diversificate in varie correnti di pensiero¹⁴.

Di fatto, l'*Economia politica* (che qui si omette di spiegare) e l'*Economia civile* hanno alcuni punti in comune¹⁵: mercato come mezzo per uscire dalla società feudale; ruolo essenziale della fiducia per il funzionamento del mercato e per lo

(1588-1679) affermava che la società è costituita dalla somma delle relazioni di mercato esistenti tra gli individui, e la morale una *risultante* di tali relazioni (non il movente). Hobbes giunge persino ad identificare il valore di un individuo col suo prezzo: «*Il valore, o Pregio di un uomo, è, come in tutte le altre cose, il suo prezzo, vale a dire quanto si darebbe per l'uso del suo potere; non è perciò una cosa assoluta, ma dipendente dal bisogno e dal giudizio altrui*»

¹³ Fondamentali i contributi di Francesco Ferrara e di Vilfredo Pareto, i maggiori economisti italiani dell'Ottocento che sposarono le tesi marginalistiche di stampo anglo-sassone.

¹⁴ Tutto sommato le prime tre fanno costante riferimento ad una radice aristotelica in cui la ricerca della felicità, data dalle relazioni umane, si pone alla base del mercato, pur con alcune distinzioni; l'ultima, invece fa espresso riferimento al capitale, è stata alla base della *Rivoluzione industriale* ed è quella che ha influenzato di più il mercato moderno

¹⁵ Si veda Giampietro Parolin, Università di Milano Bicocca: *Le parole dell'Economia civile*, in internet.

sviluppo civile; valorizzazione del consumo, anche di beni di lusso, per gli effetti benefici che produce sulla società intera;

Ma anche essenziali punti di differenza:

- per Smith la socievolezza e la relazione non strumentale non servono al funzionamento del mercato:
 - è meglio che nel mercato i rapporti siano esclusivamente strumentali (basati sull'*utilità individuale*). Tale concetto venne poi ribadito da Philip Wicksteed con il suo “non-tuismo”;
 - centrale è il mutuo vantaggio (basta il contratto);
 - l’approccio economico ha principi diversi da quello civile.
- per gli economisti civili il mercato, l’impresa, l’economico sono in sé luoghi anche di *amicizia, reciprocità, gratuità, fraternità*:
 - viene inserito il concetto della mutua assistenza (servono anche amicizia e gratuità);
 - l’economico e il civile hanno gli stessi principi;
 - l’economia civile può essere definita come scienza della *felicità pubblica*.

L'*economia sociale* (che ha avuto come bacino di sviluppo la Francia, ma è presente anche in Italia) si sviluppa invece appena dopo la lezione di Smith e come reazione all'individualità dell'impresa capitalistica. Le radici culturali di questa tradizione dell'economia sociale e cooperativa si trovano nel pensiero di socialisti utopici, da Robert Owen a Charles Fourier, da Louis Blanc a Pierre Josef Proudhon.

La tradizione cooperativa europea ha avuto, infatti, due anime ben distinte (ma tale dualismo andrebbe approfondito): quella francese¹⁶, sostanzialmente anti-capitalistica e anti-mercato, e quella italiana che, in continuità con la tradizione dell'economia civile, e in linea con il pensiero di J. Stuart Mill e degli economisti inglesi (si pensi a J. Elliot Cairnes), vedeva il mercato in modo positivo, come luogo di concretizzazione delle virtù civiche. Tale pensiero si focalizza sull'insieme delle organizzazioni produttive di beni e servizi che non hanno come obiettivo il profitto, ma perseguono un qualche interesse della comunità. In pratica distinguiamo:

¹⁶ Essa prevedeva, tra l'altro, l'abolizione della proprietà privata e la creazione di comunità di lavoro alternative all'impresa capitalistica, senza la necessità della concorrenza di mercato, del sistema dei prezzi e del lavoro salariato. Si veda la lezione di Charles Gide al riguardo.

- il concetto originario: l'impresa come soggetto economico non controllata dai possessori di capitale con elevato grado di partecipazione;
- l'evoluzione recente: la progressiva sovrapposizione ai concetti di Non Profit e Terzo Settore che ricomprendono anche le organizzazioni non produttive e le organizzazioni a bassa o nulla partecipazione ma che escludono le cooperative. Questa tradizione, oggi ripresa da una parte del "Movimento anti-utilitarista nelle scienze sociali" (Mauss), considera il mercato come un ambito retto dal principio dello scambio strumentale, calcolabile (regolato dalla moneta) e auto-interessato, un principio che quindi è radicalmente diverso sia da quello che regge la sfera politica (autorità) che dai principi sui quali si basa la sfera privata e familiare (dono, gratuità, reciprocità).

L'economia *sociale di mercato* (in Germania), nasce dalla Scuola di Friburgo di Walter Eucken durante la crisi della Repubblica di Weimar, scuola che già riconosceva la necessità di un controllo non dirigista dello stato nei confronti del sistema economico capitalista. Fu detta anche "ordoliberalismo", dal titolo della rivista "Ordo", fondata sempre da Eucken nel 1940. Colui che elaborò per primo una vera e propria teoria dell'Economia Sociale di Mercato è Wilhelm Röpke¹⁷. Egli propose una "terza via" tra liberalismo e collettivismo, in cui lo Stato svolge una funzione garantista nei confronti del libero mercato, ed era consapevole della necessità di una profonda revisione delle regole che "monopolizzano" il sistema economico.

La Costituzione della Repubblica Federale di Germania, non detta nessuna forma di ordinamento economico, ma esclude una preta libertà dell'economia di mercato, legandola al principio dello Stato sociale. Dalla fondazione della Repubblica Federale Tedesca nel 1949 l'economia sociale di mercato costituisce la base della politica economica. Essa è il tentativo di trovare una via di mezzo tra una pura economia di mercato e il socialismo. L'economia sociale di mercato venne ideata e realizzata da Ludwig Erhard, il primo ministro dell'economia e futuro Cancelliere. Il suo pensiero si fonda sul principio della libertà dell'economia di mercato, completato da misure correttive di politica sociale: in

¹⁷ "Il metro dell'economia è l'uomo, il metro dell'uomo è il suo rapporto con Dio». La citazione è di Walter Röpke, un rappresentante dell'economia sociale di mercato. A mio avviso, esprime chiaramente ciò che vuole in sostanza l'economia sociale di mercato: l'uomo non deve essere né una materia da impastarsi tra le mani dei pianificatori sociali collettivisti né un soggetto sfruttato in nome di interessi economici particolari. L'uomo è libero. La politica deve dare all'uomo la responsabilità di sé, cioè lo deve rendere capace di libertà." (da Wilhelm Staudacher, www.kas.de, *L'economia sociale di mercato: un modello per il futuro?*).

base ad esso lo Stato deve da una parte permettere il libero gioco delle forze del mercato, ma dall'altra parte assicurare una rete sociale che protegga da rischi.¹⁸

L'*economia solidale* (sviluppatasi soprattutto in Sud America, ma anche in Spagna, Francia, Italia) e altre formule più o meno analoghe, emersero in America Latina alla metà degli anni 80 e sono fiorite nella seconda metà degli anni 90, per effetto della convergenza di almeno tre tendenze sociali.

Prima fra queste, l'esclusione economica sperimentata da segmenti sempre più ampi della società - causata dalla crescita del debito e dai conseguenti programmi di aggiustamento strutturale imposti dal Fondo monetario internazionale - che aveva forzato molte comunità a sviluppare e rafforzare soluzioni creative, autonome e radicate al problema del soddisfacimento dei bisogni elementari. Tra queste iniziative troviamo cooperative di produttori e lavoratori, comunità associative e di vicinato, associazioni di risparmio e di credito, cucine collettive e popolari ed organizzazioni di mutua assistenza di disoccupati o contadini privi di terre¹⁹.

In pratica l'obiettivo è costruire dal basso un'economia sana:

- in cui la sostenibilità economica e il perseguimento di utili dell'impresa non contrastino con l'eticità, con il rispetto dell'ambiente e dei diritti di chi lavora;
- in cui la qualità del processo e del prodotto sia più importante della quantità;
- che contribuisca a creare una società in cui le persone possano ritrovare il tempo per incontrarsi ed instaurare con il prossimo rapporti più umani.

Un'economia e una collaborazione solidale finalizzate al *bem-viver*, o *buen vivir* di tutti e di ciascuno.

Uno dei fondatori del pensiero, ma anche della pratica dell'economia di solidarietà è stato, ancora nel Cile di Pinochet, Luis Razeto Migliaro, filosofo, sociologo ed economista²⁰. Nelle sue parole e nei suoi scritti vi è una ripresa dei termini economici dell'economia molto simili ai pensieri genovesiani, ma coniugati proprio per incidere nel contesto latinoamericano.

Dalla fine degli anni '90, sotto l'onda dei movimenti per un'altra globalizzazione, vi è stata la diffusione in Brasile, in Argentina, poi in Ecuador, Uruguay, Bolivia, di

¹⁸ Oggi è questa la teoria economica che l'Unione Europea sta di fatto perseguendo.

¹⁹ www.zmag.org, Settembre 2006.

²⁰ Si veda Luis Razeto Migliaro, *Le dieci strade dell'economia di solidarietà*. Emi 2004.

ampie reti di economia solidale che hanno operato ed operano anche a sostegno di politiche governative. Fin dal loro nascere è stato particolarmente attivo, sia sul piano dell'elaborazione sia su quello della sperimentazione di politiche pubbliche a livello territoriale - il filosofo ed antropologo brasiliano Euclides André Mance²¹,

La sua elaborazione ha costituito e costituisce forte riferimento anche per il nascere e il diffondersi delle reti italiane di economia e collaborazione solidale.

In questo percorso "carsico", di rivalorizzazione di un pensiero alternativo al *mainstream* dell'economia politica, non va infine tralasciato un passaggio sul *movimento cooperativo italiano*.

Convenzionalmente, si fa risalire la nascita della cooperazione in Italia al 1854, quando a Torino l'Associazione generale degli operai della città aprì la prima cooperativa di consumo. Nel 1856 alcuni vetrai di Altare (Savona) fondarono la prima cooperativa di produzione e lavoro, mentre la prima Banca Popolare è quella di Lodi del 1864. Occorre attendere una ventina d'anni per vedere la nascita nel 1883 della prima Cassa rurale a Loreggia, nel padovano, ad opera di Leone Wollemborg. L'anno dopo a Ravenna Nullo Baldini fonda la prima cooperativa agricola.

Molti e variegati furono gli ideali ispiratori della cooperazione italiana. La storia cooperativa italiana è erede e naturale continuazione della cultura cittadina e artigiana del medioevo e dell'umanesimo civile²². Proprio per questa tradizione di economia di mercato non capitalistica, ma comunitaria e cooperativa, il movimento cooperativo italiano si distingue dalla tradizione liberale inglese e francese.

Importante ruolo ha giocato anche l'ispirazione liberal-mazziniana, già presente in numerose Società di Mutuo Soccorso, che furono "madrine" del cooperativismo. Anche il socialismo, fin dal suo sorgere, stabilì un rapporto privilegiato, anche se a volte conflittuale, con la cooperazione, fino ad egemonizzare alla fine del XIX secolo la Federazione fra le cooperative italiane sorta nel 1886, che aveva cambiato nome nel 1893 in Lega nazionale delle società cooperative. Alla fine del secolo XIX sorgeva la cooperazione di ispirazione cattolica, dopo l'uscita nel 1891 dell'enciclica di Leone XIII *Rerum Novarum*. In questa enciclica non vi è riferimento esplicito al movimento cooperativo ma apriva la cattolicità all'intervento nelle nuove realtà economico-

²¹ Si veda Euclides André Mance, *La rivoluzione delle reti*, Emi 2006; *Fame zero - Il contributo dell'economia solidale*, Emi 2006; *Organizzare reti di economia solidale*, Edup-Solidarius Italia, 2010

²² L. Bruni (2012) "Le prime radici", *Il margine*.

sociali. Il suo primo campo di applicazione fu quello del credito, con il grande successo delle casse rurali di ispirazione cattolica, ma si adoperò anche per le latterie e le cantine sociali, le affittanze collettive e il consumo.

Nel primo quindicennio del XX secolo la cooperazione fiorì insieme all'economia italiana: dalle quasi 2000 cooperative nel 1902 si passò a 7500 nel 1914, oltre ad alcune migliaia di banche popolari e casse rurali, con circa 2 milioni di soci. Tra 1904 e 1911 vennero approvate leggi molto importanti che permisero la formazione di consorzi fra cooperative allo scopo di concorrere ad appalti di opere pubbliche.

Più recente è la storia della *cooperazione sociale* che affonda le sue radici a cavallo fra gli anni '70 e '80. Una tradizione germogliata nelle province e dentro le case delle famiglie durante gli anni della ricostruzione, negli oratori delle parrocchie dove nuove generazioni di sacerdoti promuovevano l'aggregazione giovanile, nelle scuole frequentate per la prima volta da alunni con esigenze diverse.

Come tutte le nuove forme organizzative furono molti i fattori che la promossero. Un ruolo di primo piano in questo processo, fu costituito dai vincoli economici e dai limiti organizzativi delle amministrazioni pubbliche che dopo la crisi petrolifera affrontavano la necessità di razionalizzare la spesa pubblica socio-assistenziale e dalla diffusione, al contempo, di un clima culturale meno incline alla produzione diretta dei servizi da parte dell'attore pubblico. In aggiunta vi era la coesistenza di uno scenario sociale in rapida trasformazione sotto la spinta di riforme epocali, come la chiusura dei manicomi e degli orfanotrofi, e un aumento della domanda di servizi più personalizzati e di maggiore qualità²³.

1.1.2 Un'economia ed un fare impresa che sanno creare "bene comune"

In questo cammino di riscoperta di concezioni alternative al *mainstream* dell'*economia politica*, e attraverso il percorso del Laboratorio Nuova economia, abbiamo cercato di evidenziare come stanno prendendo sempre più piede, sebbene con concezioni, teorie e sfumature diverse, (non) nuove riflessioni teoriche e reali cammini vissuti da molte imprese ed attività economiche in Italia e nel mondo. Questo è un forte segno di speranza di cambiamento per il futuro.

Emerge quindi sia a livello storico, sia di prassi aziendale agita, un tratto comune che, senza forzature ed oltre i presupposti ideologici di partenza, riesce ad unire le diverse esperienze imprenditoriali, intorno alla finalità condivisa nel fare

²³ F. Marzocchi (2012) "Storia tascabile della cooperazione sociale in Italia", Aiccon, I quaderni dell'Economia Civile.

impresa, che all'inizio del capitolo chiamavamo "*realizzazione di un bene comune*".

Nel valutare se e in quale misura un'iniziativa economica persegue un bene comune, occorre analizzare i suoi processi aziendali rispetto alla creazione di beni relazionali, di beni culturali, di beni naturali ed ambientali.

Per **beni relazionali**, in breve, s'intendono quei beni la cui utilità, per chi li consuma, dipende dalla trama di relazioni che s'instaurano tra i soggetti che partecipano allo scambio. Sono beni, ma non sono merci; hanno valore, ma non un prezzo di mercato, perché vengono 'prodotti' nella gratuità e nella reciprocità²⁴. Ad esempio, un'azienda che impiega persone emarginate dalla società o dal disagio sociale persegue il bene comune non tanto perché fornisce loro un lavoro in sé, ma perché tramite l'esperienza nel lavoro queste persone costruiscono relazioni sociali altrimenti escluse.

Parliamo di **beni culturali**, materiali e immateriali, riferendoci alla definizione che l'UNESCO²⁵ ha dato nella Convenzione di Parigi del 1970 come (v.art.1) "Tutti i beni che [...] sono designati da ciascuno Stato come importanti per l'archeologia, la preistoria, la letteratura, l'arte o la scienza", che sono frutto del prodotto della cultura del genere umano.

Nello specifico possiamo parlare di beni culturali:

- **materiali** cioè quei "*beni mobili o immobili di grande importanza per il patrimonio culturale dei popoli*"²⁶;
- **immateriali** come "*le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, il know-how – come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi – che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale. Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia e dà loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo in tal modo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana*"²⁷.

²⁴ Il concetto di "bene relazionale" è stato introdotto nel dibattito teorico alla metà degli anni Ottanta (1986) da differenti autori, in modo indipendente: Martha Nussbaum, filosofa, Benedetto Gui, economista, e Pierpaolo Donati, sociologo. Pag. 90 del Dizionario di Economia Civile, L.Bruni e S.Zamagni (a cura di), Ed. Città nuova.

²⁵ Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Educazione, la Scienza e la Cultura.

²⁶ Convenzione per la protezione dei beni culturali in caso di conflitto armato, firmata a l'Aja il 14 maggio 1954, (articolo 1).

²⁷ Convenzione UNESCO, tenutasi sempre a Parigi, nel 2003.

Beni naturali e ambientali possono essere definiti l'Insieme degli elementi, naturali e non, che concorrono a formare l'ambiente ed il paesaggio.

Secondo la definizione data dal Consiglio della Cee fin dal 1973, l'ambiente è «l'insieme degli elementi che, nella complessità delle loro relazioni, costituiscono il quadro, l'habitat e le condizioni di vita dell'uomo, quali sono in realtà e quali sono percepiti». Molteplici elementi sono quindi strettamente correlati: lo stato dell'ambiente naturale, e quindi anche la sua qualità, le risorse, le modificazioni indotte dagli interventi, dall'inquinamento, dalle alterazioni incontrollate. In tempo di riscaldamento globale, di cementificazione del nostro territorio, di inquinamento indotto dall'utilizzo sconsiderato di agenti chimici in ogni settore produttivo senza prevederne il corretto smaltimento, comprendiamo bene, in una dimensione glo-cale l'impatto che una gestione privatistica dei beni ambientali ha sulle vite e sui diritti personali e sociali di tutti i popoli.

Gli appelli rilanciati a Rio de Janeiro nel 2012 nella Conferenza dell'ONU sullo Sviluppo sostenibile e, contemporaneamente, nel Summit dei popoli promosso dalla società civile continuano ad essere drammaticamente inascoltati.

La privatizzazione selvaggia dei beni culturali e dei beni ambientali riporta al centro **la relazione tra bene comune e beni comuni (commons)**. La “tragedia dei beni comuni”, evocata da Hardin è stata ripresa e rilanciata negli anni '90 dal premio Nobel per l'economia Elinor Ostrom. La crisi finanziaria esplosa in questi ultimi anni ci ha mostrato che proprio i commons (cibo, fonti energetiche,...) sono stati al centro di immense operazioni speculative. In Italia il referendum sull'acqua e, in tempi più recenti il tema del patrimonio immobiliare e abitativo, hanno riaperto una riflessione e un dibattito diffuso all'interno della società civile.

Quella che segue è una mappa degli attori, imprese, aziende, persone che, nell'economia di mercato, operano nel solco di quella economia che, recuperando gli insegnamenti del Genovesi di oltre duecento anni fa, possiamo chiamare “civile”.

1.2 Gli Attori “profit oriented”

Secondo i dati del 9° Censimento Istat dell'industria e dei servizi aggiornati al 31/12/2011, in Italia vi sono oltre 4 milioni di imprese, di cui 50.134 cooperative²⁸ e 799.679 società di capitali.

Ad esclusione delle cooperative che fanno eccezione per natura, salvo prova contraria, si presume che queste imprese finalizzano la propria attività alla generazione di un profitto economico²⁹ come remunerazione del rischio commerciale. Quanto segue, è un elenco di indizi utili per rilevare tra queste, quali siano operatori di questa “nuova” economia che abbiamo potuto conoscere.

1.2.1. Le imprese responsabili

Nel rispetto delle norme cui è soggetta, l'impresa può liberamente adottare *standard* di condotta nelle relazioni commerciali³⁰ e di lavoro³¹ o di impatto ambientale³².

In Italia, nel 2013, 1020 imprese sono certificate SA8000 (certificazione sociale) e 1031 sono certificate EMAS (certificazione ambientale) e, alcune, possiedono entrambe.³³ Dal 2006 è stata emanata una nuova certificazione volontaria denominata “*Standard Valore Sociale*”, che monitora l'adesione della certificazione SA8000 lungo tutta la filiera cliente-fornitore; attualmente aderiscono a questo sistema 21 imprese in Italia. Sono invece 130 le imprese italiane certificate per l'uso dei marchi “etici”, verificate dal *Social Accountability Watch* – CISE (centro per l'Innovazione e lo Sviluppo Economico, azienda speciale della Camera di Commercio di Forlì).

²⁸ In questo dato relativo alle cooperative va precisato che non sono comprese le 11.264 cooperative sociali e le cooperative di produzione agricola. Trattasi di imprese attive.

²⁹ Alcune tra queste, finalizzano la propria attività ad un obiettivo economico ancora più severo: la creazione di valore, ossia un profitto superiore alla remunerazione attesa per il rischio di impresa assunto.

³⁰ Ad esempio, la lotta alla corruzione nei principi del Global Compact Network delle Nazioni Unite.

³¹ Ad esempio, gli standard SA8000 emanati da Social Accountability International.

³² Ad esempio, gli standard ISO14001 e lo standard EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), emanato dalla Comunità Europea, nell'ambito del V Programma d'azione a favore dell'ambiente, al quale possono aderire volontariamente gli enti per valutare e migliorare le proprie prestazioni ambientali e fornire al pubblico e ad altri soggetti interessati informazioni sulla propria gestione ambientale. In Italia, la certificazione EMAS è rilasciato dall'ente governativo ISPRA.

³³ Fonti, rispettivamente: <http://www.saasaccreditation.org/certifacilitieslist.htm> e <http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/files/emas>.

Tuttavia, la volontaria adozione di più elevati *standard*, di per sé, non è sufficiente per far rientrare l'azienda nel novero di un'economia evoluta – mancando la finalizzazione delle proprie attività ad un bene comune. Non esiste un albo di aziende “*profit oriented*” di civile economia, ma esiste un'aneddotica, inevitabilmente parziale, basata su casi di studio³⁴.

Esistono inoltre due esperienze tipologie di direzione responsabile di impresa autoregolata:

- *Economia di Comunzione* che può contare dell'adesione di 861 imprese in tutto il mondo³⁵:
 - Europa 501 (di cui 242 in Italia)
 - America del Sud 258
 - America del Nord 34
 - Asia 25
 - Africa 43

Negli ultimi 5 anni hanno aderito ad EdC 115 imprese”.

In estrema sintesi la filosofia che guida questa esperienza imprenditoriale si fonda sulla “tripartizione dell'utile” (un terzo per gli investitori, un terzo per l'innovazione e la ricerca, un terzo per progetti di inclusione e solidarietà) e lo sviluppo di pratiche partecipative interne all'impresa.

- *Economia del bene comune* (40 imprese in Italia, in Alto Adige, e più di 500 nel mondo, soprattutto in Austria e Germania) che si basa sulla trasparenza, attraverso la redazione di un bilancio che rendiconta le esternalità positive e negative generate dall'attività aziendale.

Esistono alcuni settori dell'economia *profit oriented* dove è possibile rilevare una maggiore presenza di operatori di “nuova” economia, seppur non sia possibile generalizzare e sia doveroso verificare caso per caso.

³⁴ Invero, lo scopo di questo lavoro è proprio quello di colmare tale lacuna. Per ulteriori casi di studio, si veda “Brunello Cucinelli Spa” in Testa e Rinaldi, L'impresa moda responsabile. Integrare estetica ed etica, Egea, 2013.

³⁵ Dati al ottobre 2012.

1.2.2. Il settore del credito bancario

Secondo il manifesto di Febea (associazione europea tra banche etiche e alternative)³⁶ gli operatori della “finanza etica”, basandosi su principi di trasparenza e partecipazione, contribuiscono con la propria attività alla solidarietà, la coesione sociale e lo sviluppo sostenibile, rifiutano il puro guadagno dall'attività finanziaria.

In Italia sono membri di Febea Banca Popolare Etica, Etimos e le Casse Rurali trentine. Per statuto, potenzialmente perseguono con la propria attività il bene comune anche le 388 Banche di Credito Cooperativo, 7 Mutue di autogestione (Mag) e il consorzio Cgm Finance.

Nel settore del credito le banche di credito cooperativo³⁷ con i loro 4.411 sportelli sparsi su tutto il territorio nazionale generano una raccolta di risparmio di 161 miliardi, pari al 13,1% del totale ed erogano il 17,4% del totale dei crediti erogati alle piccole imprese artigiane e l'8,5% dei prestiti alle famiglie.

Per quanto riguarda le attività del gruppo Banca Etica (la cui rete commerciale si compone, al 2013, di 17 filiali e 25 banchieri ambulanti), registrano, al 31.12.2012, risultati in continua crescita, con un aumento di circa 2.000 nuovi soci ogni anno.

La raccolta diretta globale a fine 2012 ha superato i 793 milioni di euro. La raccolta indiretta globale ha superato i 215 milioni di euro. Negli impieghi, al 31 dicembre 2012, il volume degli utilizzi è pari a 618,9 milioni di euro, cui si aggiungono 15,7 milioni di euro di crediti di firma relativi anche a fidejussioni rilasciate a organizzazioni non governative a garanzia di progetti.

Anche Etica sgr, operativa dal 2003, ha registrato una crescita costante dei fondi del Sistema Valori Responsabili: a fine 2012, con il raggiungimento degli oltre 500 milioni di Euro di patrimonio gestito, Etica Sgr risulta la società che detiene la quota maggiore (38%) di patrimonio gestito nel mercato dei fondi etici in Italia. Il restante patrimonio viene coperto da altri fondi etici, i principali dei quali sono Eurizon Capital - Gr. Intesa Sanpaolo (26%), Pioneer Investments, - Gr. Unicredit (18%), JPMorgan Asset Management (8%)

In Italia alcuni dei principali player del mercato del credito stanno sviluppando delle strategie imitative della finanza etica, con iniziative quali i Social Bond Comunità (UBI Banca), una banca dedicata esclusivamente alle organizzazioni non profit (Banca Prossima, di proprietà di Intesa San Paolo), agenzie

³⁶ <http://www.ethicalbankingeurope.com/sites/default/files/Definition%20Ethical%20Bank.pdf>.

³⁷ Rif. sito www.creditocooperativo.it.

specializzate nel gestire la clientela appartenente al Terzo Settore (Unicredit) o l'attivazione di progetti di microcredito.

Le MAG (Mutua di autogestione) sono società che si basano sul rapporto fiduciario con i soci e le realtà finanziate. Si occupano di raccogliere il denaro dei soci sotto forma di capitale sociale e prestito sociale per finanziare iniziative economiche autogestite offrendo opportunità di finanziamenti etici e solidali e, allo stesso tempo, erogando prestiti con tassi d'interesse a condizioni di rientro vantaggiose. Una volta rientrati, i fondi vengono subito riutilizzati per nuovi finanziamenti o progetti.

Cgm Finance è invece un consorzio di cooperative il cui obiettivo è la raccolta del risparmio all'interno del circuito, finanziare le esigenze delle cooperative sociali con più difficoltà di accesso al mercato del credito. La base sociale è composta da 404 soggetti (cooperative, consorzi, associazioni, fondazioni, soci sovventori), di cui 209 clienti. Nel 2012 il Consorzio ha deliberato finanziamenti diretti per oltre 17 milioni, finanziamenti indiretti (attraverso gli istituti di credito partner erogatori) per circa 5 milioni e fidi per più di 4 milioni di euro.

1.2.3. Gli attori impegnati per la sostenibilità ambientale

L'Italia è ai primi posti al mondo nel settore biologico per superficie agricola utilizzata (SAU), numero di produttori e quantità di produzioni. Il settore primario (produttori, trasformatori e distributori) trae benefici dalla conversione dei terreni e dalle coltivazioni secondo gli standard del biologico. Al 2012 le imprese attive in questo settore erano 47.790, con un incremento del 3% rispetto all'anno precedente. In crescita anche il numero di imprese di trasformazione, in un anno +165 unità. Le aziende del biologico hanno una superficie media di 20 ha, dunque sono più estese delle aziende convenzionali (media 7 ha) e impiegano più personale (che ha però in carico più SAU *pro capite*). Il giro d'affari mondiale del biologico è stato nel 2012 pari a € 63 miliardi di dollari mentre in Italia è stato pari a € 1,55 miliardi di euro (in UE il giro di affari si aggira su € 19,6 miliardi)³⁸.

Dal 2008, anno di inizio della crisi, i consumi domestici di prodotti biologico sono cresciuti ininterrottamente, a differenza di quelli dei prodotti convenzionali che sono in costante e drammatico calo. Anche nel primo semestre del 2013 l'acquisto di prodotti biologici nella GDO in Italia è stato certificato dalle rilevazioni di ISMEA come in crescita di quasi il 7%, contro una contrazione dei consumi alimentari che ISTAT ha certificato nel trimestre più recente al -4%. Ancora migliori le performance nel canale specializzato e nell'export, anche se non esistono dati ufficiali.

³⁸ I dati sono stati tratti da Bioreport 2012, l'agricoltura biologica in Italia, Rete rurale nazionale 2007 – 2013.

In quest'ambito vanno poi ricordati (anche se difficile è la quantificazione delle imprese coinvolte e dei volumi) i sistemi di Garanzia partecipata in cui il rapporto commerciale ha solide basi su un sistema fiduciario tra consumatore e produttore³⁹

1.3. Gli attori not for profit

Gratuità, lavoro volontario e giusta remunerazione sono elementi che, nella nostra visione, entrano a far parte di una nuova economia che vede nelle relazioni (all'interno dell'impresa e con il territorio) e nel lavoro dignitoso il motore della produzione di utili che garantiscano la sostenibilità economica delle differenti attività.

1.3.1. Le associazioni

In Italia il ruolo delle associazioni quale attore economico è spesso sottovalutato. Molto spesso, si pensa alle associazioni limitatamente all'ambito ricreativo, o di rappresentanza di interessi comuni. A ben vedere, in alcuni casi, le associazioni sono invece collegate a esperienze di "nuova" economia per il sostegno e lo sviluppo di progetti coerenti con una visione di sviluppo economico in sintonia con la tutela dell'uomo e dell'ambiente (a titolo di esempio, si pensi al biologico, commercio equo, cooperazione, finanza etica).

Secondo i dati dell'ultima rilevazione ISTAT (Censimento dell'industria e dei servizi, 2011) le associazioni riconosciute⁴⁰ (di volontariato, di promozione sociale, culturali e sportive) sono 68.349 e impiegano un totale di 62.809 persone; le associazioni non riconosciute sono 201.004 e impiegano un totale di 84.186 persone.

1.3.2. Le Associazioni di Promozione Sociale

Le Associazioni di Promozione Sociale (APS), sono associazioni riconosciute e non riconosciute, movimenti, gruppi e/o loro coordinamenti o federazioni costituiti al fine di svolgere attività di utilità sociale a favore di associati o di terzi, senza finalità di lucro e nel pieno rispetto della libertà e dignità degli associati⁴¹. Tali organizzazioni, qualora svolgano la propria attività da più di un anno in almeno 5

³⁹ Vedi approfondimento al paragrafo 3.4.

⁴⁰ Ovvero inserite negli albi regionali del volontariato.

⁴¹ Legge 383 del 07/12/2000 "Disciplina delle associazioni di promozione sociale".

regioni o 20 province, hanno l'obbligo di iscrizione presso il registro nazionale delle APS o, in caso contrario, presso i registri regionali.

Secondo i dati del 2010 del Sistema Informativo delle Organizzazioni Non-Profit (SIONP) dell'Isfol, le associazioni di promozione sociale sono 37.794 di cui 161 nazionali, 6827 regionali e 30.806 territoriali.

1.3.3. Attori dell'economia solidale

Dalla nascita del primo GAS (Gruppo di Acquisto solidale) nel 1996 e in coincidenza – nei primi anni 2000 - della ricerca dei Forum Sociali Mondiali attorno ad un' "altra globalizzazione", anche in Italia si è andata diffondendo una visione e pratiche economiche fino a quel momento largamente diffusa tra gli strati popolari delle popolazioni latino americane: l'economia solidale.

Già in precedenza un' "altra globalizzazione" era entrata anche nel nostro paese con i prodotti dell'agricoltura e dell'artigianato provenienti dal Sud del mondo attraverso i canali del commercio equo e solidale. Prodotti scambiati sul libero mercato garantendo la giusta remunerazione a chi li produce possono costituire il mezzo con cui, attraverso il proprio lavoro, le persone acquisiscono dignità, e inclusione sociale nel proprio paese e, insieme, ne esportano cultura e visioni.

L'organismo **World Fair Trade Organization (WFTO)** ha codificato i fini perseguibili attraverso il commercio di beni, e monitora, su scala globale, gli enti che a questi fini e principi sono totalmente conformati. Altri organismi internazionali, invece, certificano i prodotti utilizzati come mezzo per raggiungere i medesimi fini – equità, sostenibilità sociale e ambientale. In Italia, 6⁴² enti aderiscono integralmente a WFTO; 130 aziende di produzione e distribuzione sono licenziatricie per la commercializzazione di prodotti a marchio Fairtrade™. Appartengono al settore anche altre 118 cooperative e associazioni che gestiscono in tutta Italia più di 300 punti vendita di prodotti del commercio equo a marchio CTM-Altromercato.

Ma il commercio equo e solidale rappresenta oggi solo una parte della rete dell'economia solidale nel nostro paese. La diffusione dei GAS (circa un migliaio quelli registrati nel portale Retegas, altrettanti quelli non registrati) è testimonianza di relazioni con imprese, generalmente di piccole dimensioni, individuali, a gestione familiare o cooperativa, basate sulla reciproca fiducia, su un rapporto diretto - senza intermediazione della PDO o, ancor meno della GDO - sulla partecipazione attiva allo sviluppo locale e alla cura del territorio.

⁴² AGICES (Roma), Altraqualità (FE), Libero Mondo scs (CN), Equomercato (CO), CTM altromercato (VR), Associazione Botteghe del Mondo (RE). Fonte: <http://www.wfto-europe.org/lang-en/fair-trade-by-country/italy.html>.

Una relazione, prevalentemente a km zero, che garantisce un prezzo equo a chi acquista e la massima remunerazione a chi produce e lavora, nell'ambito dell'autoproduzione, della produzione di generi alimentari, ma anche di abbigliamento, calzature, prodotti per la casa, energie alternative e sostenibili, turismo sostenibile.

Le esperienze territoriali dell'economia solidale – reti (RES locali o regionali), coordinamento di reti territoriali ed in particolare i Distretti di economia solidale (DES), circa 30 - hanno trovato un raccordo di rete nazionale all'interno del Tavolo Res. L'economia solidale in Italia testimonia la diffusione crescente di una realtà territoriale, economica e sociale che persegue la realizzazione dei principi di [cooperazione](#), reciprocità, rispetto, sobrietà, trasparenza, valorizzazione del territorio, ricostruzione del tessuto comunitario relazionale, sostenibilità sociale ed [ecologica](#). Ciò viene perseguito attraverso il metodo della partecipazione attiva dei soggetti alla definizione delle modalità concrete di gestione dei processi economici propri dei distretti, guardando al superamento dicotomico storico tra interessi contrapposti (es: vendita – acquisto), per un'ottimizzazione della gestione delle risorse nell'ottica dell'interesse collettivo. Ma anche una riscrittura degli elementi fondamentali dell'economia classica, come il profitto, che diventa la somma delle valorizzazioni di “sentimenti” arricchenti; i fattori di produzione, che si trasformano in opportunità da preservare attraverso l'ottimizzazione del loro uso; la proprietà privata, che eleva l'interesse collettivo rispetto a quello individuale.

1.3.4. Le fondazioni

La fondazione è un ente costituito da un patrimonio preordinato al perseguimento di un determinato scopo. Dai proventi derivanti dalla sana e prudente gestione del patrimonio esse traggono le risorse per sostenere le attività che perseguono lo scopo della fondazione. Va da sé che qualora lo scopo della fondazione sia finalizzato al bene comune, questo ente può rientrare nel novero degli attori di una “nuova” economia.

Le fondazioni costituite in esecuzione della legge “Amato-Carli” del 1990 (c.d. “fondazioni bancarie”) sono enti senza fini di lucro, che indirizzano la propria attività esclusivamente nei settori ammessi dalla legge e operano in via prevalente in non più di cinque settori rilevanti, assicurando, singolarmente e nel loro insieme, l'equilibrata destinazione delle risorse e dando preferenza ai settori a maggiore rilevanza sociale (in particolare, nella ricerca scientifica, istruzione, arte e cultura, sanità, conservazione e valorizzazione dei beni ambientali e paesaggistici, assistenza alle categorie sociali più deboli). Il patrimonio delle fondazioni bancarie è investito in attività diversificate, prevalentemente immobiliari e nel capitale della banca di origine. Al 31 dicembre 2012, il

patrimonio aggregato delle 88 fondazioni di origine bancaria ammontava a euro 51 miliardi. Dal 2000 al 2012 le fondazioni hanno erogato contributi per complessivi euro 16,6 miliardi⁴³.

La legge⁴⁴ individua le fondazioni che perseguono esclusivamente finalità di solidarietà sociale attraverso lo svolgimento di uno o più attività nei settori elencati nella medesima norma, purché in possesso di determinati requisiti, cui riservare alcuni benefici fiscali. 2348 fondazioni (ONLUS) erano iscritte negli elenchi dei soggetti ammessi a beneficiare del riporto del 5 per mille del gettito IRPEF per l'esercizio finanziario 2013.

In generale, la recente rilevazione ISTAT (Censimento delle industrie e dei servizi, 2011) individua 6220 fondazioni che impiegano, complessivamente, 91.783 persone.

1.3.5. Le imprese sociali

Per avere un quadro delle imprese sociali in Italia dobbiamo anzitutto distinguere tra *imprese sociali formalmente riconosciute* e altre imprese che, sebbene non riconosciute ai sensi della legge n. 155 del 2006, possono riconoscersi in questo modello imprenditoriale⁴⁵. Il nucleo centrale è sicuramente rappresentato dalle imprese sociali che si sono adeguate alla normativa in materia⁴⁶, ovvero quelle organizzazioni private, in possesso di particolari requisiti⁴⁷, che esercitano in via stabile e principale un'attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o servizi di utilità sociale⁴⁸, diretta a realizzare finalità di interesse generale, o che esercitano attività di impresa al fine dell'inserimento

⁴³ Dati e informazioni desunte dal sito www.acri.it.

⁴⁴ Decreto Legislativo 4 dicembre 1997, n. 460.

⁴⁵ Venturi P., Zandonai F. (a cura di) (2012), *L'impresa sociale in Italia. Pluralità dei modelli e contributo alla ripresa*. Rapporto Iris Network, Milano, edizioni altreconomia.

⁴⁶ Decreto Legislativo 24 marzo 2006, n. 155 "Disciplina dell'impresa sociale, a norma della legge 13 giugno 2005, n. 118".

⁴⁷ Tra gli altri requisiti, l'assenza dello scopo di lucro e la non distribuzione, anche indiretta, degli utili a favore di soci, amministratori e lavoratori.

⁴⁸ Ai sensi della legge in parola, sono considerati di utilità sociale, quei beni e servizi prodotti o scambiati nei seguenti settori: a) assistenza sociale; b) assistenza sanitaria; c) assistenza socio-sanitaria; d) educazione, istruzione e formazione; e) tutela dell'ambiente e dell'ecosistema; f) valorizzazione del patrimonio culturale; g) turismo sociale; h) formazione universitaria e post-universitaria; i) ricerca ed erogazione di servizi culturali; l) formazione extra-scolastica; m) servizi strumentali alle imprese sociali.

lavorativo di soggetti svantaggiati o disabili⁴⁹. La legge, quindi, non riconosce una nuova forma giuridica ma si limita ad applicare una qualifica e impone l'iscrizione in un'apposita sezione speciale del registro delle imprese. A fine 2011 erano *imprese sociali formalmente riconosciute* 365 imprese a cui se ne aggiungevano altre 404 che recavano la dicitura "impresa sociale" nella propria ragione sociale⁵⁰. Ad oggi⁵¹, il numero di imprese con la dicitura "impresa sociale" è pari a 620, di cui 566 attive; tra le società attive, 169 sono società cooperative. Infatti, una seconda tipologia di imprese sociali sono le cooperative sociali di cui si è parlato nel paragrafo 1.3.4..

Guardando oltre i confini normativi, ad ampliare il potenziale di imprenditorialità sociale, vi sono poi oltre 22.468 organizzazioni non-profit diverse dalle imprese sociali e dalle cooperative sociali con carattere produttivo con finalità sociale e 88.445 imprese commerciali rientrate nei settori indicati dalla legge sulle imprese sociali⁵².

1.3.6. Le organizzazioni di volontariato

Il mondo variegato e articolato del volontariato è stato normato dalla legge n° 266 del 1991 "Legge quadro sul volontariato" in cui la Repubblica Italiana ha ufficialmente riconosciuto l'attività di volontariato come quella "prestata in modo personale, spontaneo e gratuito, tramite l'organizzazione di cui il volontario fa parte, senza fini di lucro anche indiretto ed esclusivamente per fini di solidarietà". Le organizzazioni di volontariato sono quindi quegli organismi che si avvalgono in modo determinante e prevalente delle prestazioni personali, volontarie e gratuite dei propri aderenti. La stessa legge ha istituito i Centri di servizio per il volontariato: una forma di coordinamento e di presidio a livello territoriale, regolati da leggi regionali e, quindi, non facilmente comparabili. Ne esistono 78 in tutta Italia e gestiscono ingenti risorse principalmente provenienti dalle fondazioni di origine bancaria e da conferimenti regionali.

Prendendo i dati del Censimento Istat delle istituzioni non profit, le onp che operano esclusivamente o in via prevalente con volontari sono 235.739 (il 78% del totale nazionale).

⁴⁹ Sono quindi comprese sia le organizzazioni non lucrative di utilità sociale e gli enti non commerciali di cui al decreto legislativo n. 460 del 4 dicembre 1997, sia le cooperative sociali ed i loro consorzi, di cui alla legge n. 381 del 8 novembre 1991, purché rispettino i requisiti imposti dalla legge in parola.

⁵⁰ Cfr. Venturi, P. Zandonai, F. (a cura di).

⁵¹ Aggiornamento n. 200 (27 agosto 2013), database AIDA full di Bureau van Dijk.

⁵² Cfr. Venturi, P. Zandonai, F. (a cura di).

1.3.7. Le società cooperative

Citando il codice civile “le società cooperative sono società dedite alla produzione di beni o servizi dove lo scopo comune non è il profitto, ma quello mutualistico che consiste nel vantaggio che i soci conseguono grazie allo svolgimento della propria attività, invece che con terzi, direttamente con la società”⁵³. Come anticipato in premessa la società cooperativa, per i suoi principi di mutualità, utilità sociale e democraticità, è storicamente una delle prime forme di Economia Civile in Italia.

Escluse le banche di credito cooperativo, si contano 50.134 cooperative⁵⁴.

Secondo i dati del “Primo rapporto sulla cooperazione in Italia” redatto dalla Fondazione Censis, le società cooperative nell’ultimo decennio sono cresciute in modo esponenziale aumentando conseguentemente il loro peso in termini economici, produttivi e occupazionali⁵⁵. E’ peraltro da sottolineare come anche nel corso della crisi il settore abbia continuato a crescere a ritmi estremamente sostenuti in controtendenza rispetto all’intero sistema imprenditoriale, segnando una lieve flessione solo nel 2011.

1.3.8. Le società cooperative sociali

Il modello giuridico e organizzativo di impresa sociale più diffuso in Italia e in Europa, è quello della cooperazione sociale, introdotto nel nostro ordinamento dalla legge n. 381 del 1991. L’impresa, organizzata in società cooperativa sociale, finalizza le proprie attività travalicando gli interessi dei suoi proprietari per rivolgersi a una comunità territoriale e/o a particolari gruppi sociali, spesso in condizione di vulnerabilità e disagio sociale. Le cooperative sociali perseguono l’interesse collettivo attraverso: la gestione di servizi socio-sanitari ed educativi; la produzione di beni e servizi attraverso inserimento di persone svantaggiate.

Secondo i dati dell’ultimo censimento Istat dell’industria e dei servizi, nel nostro Paese vi sono 11.264 cooperative sociali (di cui 8.681 attive, l’11,7% del totale)⁵⁶. Il 56,17% delle cooperative sociali attive impiega meno di 5 dipendenti, per

⁵³ Articolo 2511 del Codice Civile: società cooperative.

⁵⁴ ISTAT, Censimento Industria e servizi 2011. Va precisato che non sono comprese le 11.264 cooperative sociali e le cooperative di produzione agricola presenti nella sezione agricoltura. Trattasi di imprese attive

⁵⁵ Fondazione Censis (2012) “Primo rapporto sulla cooperazione in Italia”. Secondo il Rapporto, a fronte di una crescita complessiva del tessuto imprenditoriale italiano del 7,7% dal 2001 al 2011, le cooperative hanno registrato un incremento di gran lunga superiore, il 14,2%; il settore crea l’8% di occupazione totale con 1.310.000 addetti.

⁵⁶ ISTAT, Censimento Industria e servizi 2011.

contro l'11,87% ne impiega più di 30. In effetti, al 31/12/2011⁵⁷, le cooperative sociali occupavano, inclusi i soci lavoratori, 320.513 dipendenti, 43.082 collaboratori e lavoratori atipici, 1411 lavoratori temporanei e una forza di 42.368 volontari (il 27,5% del totale cooperative), ad evidenza del supporto concreto all'occupazione come mezzo per il raggiungimento di più elevati fini collettivi.

1.3.9. Le società di mutuo soccorso

Le società di mutuo soccorso, associazioni nate con la legge n. 3818 del 1886, non hanno finalità di lucro né possono svolgere attività di impresa, ma perseguono finalità di interesse generale, attraverso l'esclusivo svolgimento, in favore dei soci e dei loro familiari conviventi, di attività socio-sanitarie, assistenziali e di carattere educativo o culturale per la prevenzione sanitaria e la diffusione dei valori mutualistici. In esecuzione del recente aggiornamento della normativa in materia⁵⁸, dal mese di maggio 2013 le società di mutuo soccorso si devono iscrivere nell'apposita sezione delle imprese sociali nel registro delle imprese, con automatica iscrizione anche presso l'Albo Nazionale delle Società Cooperative, in una sezione ad esse dedicata. Attualmente il numero delle Società di Mutuo Soccorso in Italia sono 1428.⁵⁹

⁵⁷ ISTAT, Censimento Industria e servizi 2011.

⁵⁸ D.M. dello sviluppo economico 6 marzo 2013, in attuazione dell'articolo 23 del c.d. "Crescita 2.0" (Decreto Legge convertito con modificazioni dalla L. 17 dicembre 2012, n. 221).

⁵⁹ Lippi Bruni, Rago, Ugolini (2012) "Il ruolo delle mutue sanitarie integrative. Le Società di Mutuo Soccorso nella costruzione del nuovo welfare di comunità".

Capitolo 2 | Dal pensiero di Antonio Genovesi, pratiche d'impresa oltre la crisi

2.1 Le esperienze del Laboratorio nazionale di Nuova Economia

Tra il mese di gennaio (ad Avola, SR) e maggio (presso la manifestazione Terra Futura a Firenze) del 2012 è iniziato un percorso di ricerca, in tutto il territorio italiano, di casi ed esperienze di “nuova” economia, di prassi di esercizio di una virtù economica: la capacità di fare sintesi tra gli interessi del singolo attore e quelli della comunità con cui interagisce.

L'obiettivo era quello di verificare se esisteva un possibile filo rosso valoriale e comportamentale, di individuare cioè quei “segni particolari” che possono tenere insieme e caratterizzare le diverse esperienze imprenditoriali incontrate e quindi poterle descrivere come un qualcosa di omogeneo pur partendo, a volte da presupposti motivazionali ed ideologici diversi.

Il gruppo di lavoro ha dapprima definito una metodologia di analisi e di rilevazione delle esperienze che si sarebbero incontrate, sia nell'ambito “profit” e “non profit”.

Abbiamo quindi contattato, estraendoli dalla rete di relazioni con il gruppo promotore di questa ricerca, organizzazioni potenzialmente capaci di coniugare la pratica economica e finanziaria con le dimensioni della relazione tra persone, la sobrietà, l'equità, la legalità, la comunità e il rispetto dell'ambiente. Il percorso di ricerca si è sviluppato in 5 tappe, in 5 territori che rappresentassero le quattro macro aree territoriali di cui è composta l'Italia: Lamezia Terme (il sud), Roma (la capitale), Verona (il nord-est), Torino (il nord-ovest) e Perugia (il centro) – non ce ne vogliamo gli isolani, se, per vincoli di budget *economici*, non li abbiamo incontrati!

Abbiamo così scoperto che non è appannaggio di pochi coniugare gratuità e imprenditorialità, valore economico e valore sociale, in una prospettiva integrata.

Le esperienze che abbiamo incontrato testimoniano che il bene comune può essere perseguito in modo compatibile con l'equilibrio economico-finanziario, e che la giustizia è la conseguenza di azioni economiche virtuose.

In conclusione, i territori e le comunità dove si inseriscono le esperienze qui rilevate, tuttavia, pur condividendo valori e percorsi di sviluppo simili, non sempre hanno saputo o potuto incontrarsi, diventare parte di una rete comune.

Per questo auspichiamo che questo “*Laboratorio Nazionale di Nuova Economia*” non esaurisca il suo compito con questa ricerca, ma sia il mezzo per provocare l'incontro e l'intreccio di altre esperienze. Vorremmo che fosse l'ago con cui si

intreccia un “filo rosso” tra attori di “nuova” economia e che favorisca la diffusione di reti interconnesse.

2.1.1. **Composizione del campione**

Durante i lavori del *Laboratorio Nazionale di Nuova Economia*, sono stati visitati ed analizzati 48 casi. Il campione è composto in maggioranza da attori la cui forma giuridica gli ascrive ad attività “*profit oriented*”: 32 casi, tra società cooperative, S.r.l., ditte individuali, S.p.a. e società di persone; i rimanenti 16 appartengono giuridicamente al settore *non-profit* (fondazioni, cooperative sociali, enti rappresentativi, associazioni e consorzi).

Come si osserva dalla *Figura 1.1*, le esperienze selezionate del campione rappresentano sono dislocate in tutto il territorio nazionale con una predominanza del centro Italia e dell'area nord ovest.

Figura 1.1: Rappresentazione del campione analizzato suddiviso per area geografica (la dimensione del cerchio dipende dalla numerosità dei casi)



Al fine di creare un campione variegato, sebbene troppo esiguo per essere rappresentativo, le organizzazioni incontrate operano in settori diversi dall'agricoltura ai servizi, dalla produzione al commercio, dalla cultura all'edilizia.

Le realtà analizzate sono per lo più micro, piccole e medie imprese, ovvero con un numero di dipendenti fino a 250, con una sola eccezione di una cosiddetta “Mid Cap” di quasi 700 dipendenti. Come evidenziato dalla *Figura 1.3*, la ridotta dimensione aziendale si rispecchia nel fatturato delle organizzazioni analizzate: infatti il 32% delle realtà ha registrato un fatturato medio negli ultimi 3 anni inferiore a 200.000 euro. Di contro, un quarto delle organizzazioni analizzate, 12 (il 25%), ha realizzato nel corso dell’ultimo esercizio un fatturato superiore al milione di euro. Questi dati dimostrano l’eterogeneità del campione analizzato e, più in generale, dell’impresa sociale in Italia. Anche l’evoluzione del fatturato negli ultimi tre anni l’analisi ci offre dati contrastanti: il 25% delle imprese che hanno subito un decremento negli ultimi 3 anni dimostra come tali organizzazioni non siano anticicliche, bensì seguano l’andamento economico del Paese; d’altro lato il 13% delle organizzazioni con un incremento maggiore del 20% negli ultimi 3 anni dimostra il contrario. Tale dato è giustificato dall’alta innovazione di alcune delle realtà incontrate che hanno saputo rinnovarsi e adattarsi ai cambiamenti della società e della domanda.

Figura 1.2: Rappresentazione del campione analizzato suddiviso per dimensione aziendale (numero dipendenti)

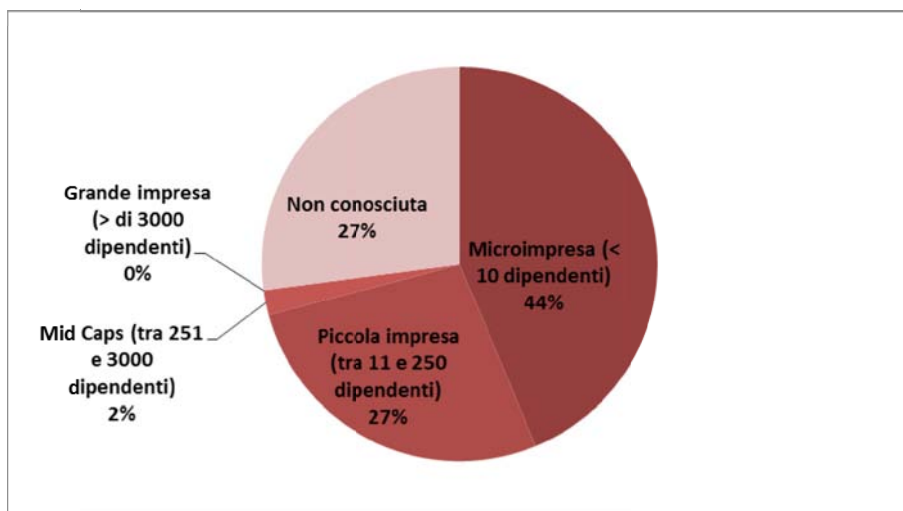
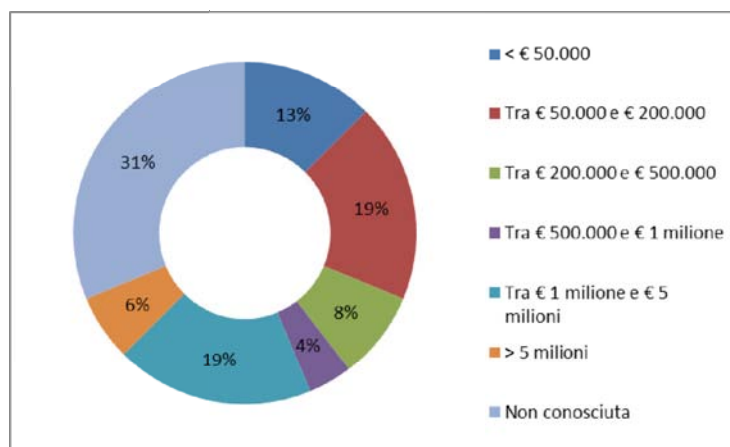


Figura 1.3: Fatturato medio registrato nel 2012 dal campione analizzato nell'indagine



Con riferimento all'età dalla costituzione, 18 casi hanno più di 10 anni di attività, 15 tra 5 e 10 anni, 15 meno di 5 anni.

2.1.2. Metodologia di analisi

Il presente documento è frutto di quella che la letteratura chiama *ricerca-azione*, ovvero di una ricerca che si pone l'obiettivo, non tanto di approfondire determinate conoscenze teoriche, ma di analizzare una pratica relativa ad un campo di esperienza (in questo caso pratiche di "Nuova economia") con lo scopo di introdurre dei cambiamenti migliorativi (la creazione di linee guida e di reti per e tra i soggetti di questa nuova economia). Quindi, sebbene il campione analizzato non sia rilevante dal punto di vista statistico e quindi per la ricerca scientifica, lo è nell'ottica di *ricerca-azione*.

La metodologia d'indagine tramite intervista si è basata su una griglia di osservazione che analizzava le **tre dimensioni della sostenibilità (economica, sociale e ambientale)**, declinandole in alcuni valori caratterizzanti. La sostenibilità è, infatti, un delicato equilibrio, risultato del bilanciato intrecciarsi di tre processi: sviluppo economico, coesione sociale e tutela ambientale. Pur sapendo che la sostenibilità è condizione necessaria, ma non sufficiente, a garantire un'economia che valorizzi il rispetto, le relazioni, la cura del territorio, la partecipazione, la tutela delle minoranze, la trasparenza, è stata presa come punto di partenza per l'analisi.

Alle dimensioni della sostenibilità è stata aggiunta **la democrazia**, ricercata sulla base delle reali esigenze di tutti, finalizzando competenze e saperi diffusi all'obiettivo del bene comune.

Come si può notare dalla griglia in appendice, si sono pertanto individuati alcuni criteri generali di sostenibilità, quali presupposti minimi di riferimento e due livelli crescenti di coniugazione dei tre ambiti di sostenibilità e dei valori conseguenti:

- Un livello base (denominato Livello RSI) proprio delle imprese socialmente ed ambientalmente responsabili. Tale livello si riferisce allo standard di Responsabilità Sociale d'Impresa "Valore Sociale", strumento per la certificazione a 360° delle imprese socialmente responsabili, elaborato da un gruppo di organizzazione della società civile italiana dopo anni di ricerca e studio⁶⁰.
- Un livello superiore (il focus del nostro percorso) che cerca di individuare quel *quid* in più che caratterizza le imprese della "Nuova Economia".

Quel *quid* in più, come anticipato in premessa, è legato al raggiungimento e alla realizzazione del bene comune (sia esso relazionale, morale o ambientale) attraverso lo scambio e la produzione di beni e servizi.

Una volta osservati e rilevati gli indicatori di sostenibilità si è passati ad un'analisi quantitativa e qualitativa dei risultati. Sulla base delle frequenze degli indicatori e delle dimensioni oggetto di rilevazione riscontrate nel campione, siamo stati in grado di ritrovare un filo rosso valoriale che maggiormente caratterizza le realtà incontrate. Questa matrice comune (o comunque più frequente nel campione) si compone di 5 parole chiave descritte nei paragrafi seguenti: **comunità, relazione, reciprocità, legalità, evoluzione.**

In appendice al documento si ritrova lo schema di rilevazione adottato ed i principali risultati.

⁶⁰ Valore Sociale è un centro d'eccellenza sulla RSI promosso da stakeholders italiani, nasce nel 2006 con lo scopo principale di contribuire alla definizione, alla diffusione ed alla realizzazione attraverso strumenti pratici, di una nuova cultura della Responsabilità Sociale d'Impresa, fondata sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale. L'Associazione è composta da rappresentanti di alcune tra le più importanti Organizzazioni della Società Civile operanti in Italia, da Istituzioni accademiche e da Istituzioni pubbliche. Tra i suoi soci fondatori si possono infatti annoverare Action Aid Italia, Amnesty International Italia, ARCI, Fondazione Culturale Responsabilità Etica, Mani Tese, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino e Oxfam Italia; dal 2009 sono inoltre partner di Valore Sociale anche l'Associazione Italiana per il Contratto Mondiale dell'Acqua e l'Università degli studi di Milano Bicocca. Lo standard nel dettaglio si può ritrovare al seguente link: <http://www.valoresociale.it/detail.asp?c=1&p=0&id=49>

2.2. Il filo rosso valoriale: la dimensione comunitaria

Le realtà che abbiamo incontrato e le persone che le animano ci hanno indicato alcuni elementi di quella parte di Economia che, all'inizio del nostro percorso, abbiamo voluto chiamare in modo volutamente generico "nuova economia". La caratteristica prevalente è la dimensione comunitaria dell'impresa e, quindi, il suo rapporto con la comunità:

- come luogo di valorizzazione di tutti i collaboratori dell'organizzazione; che si forma nei quartieri delle grandi città, più o meno periferici, attorno a microimprese di produzione, di commercio o di servizi che fanno della sostenibilità non solo economica e ambientale, ma anche sociale, la ragione della propria mission;
- in cui gruppi di persone scelgono di affrontare la crisi scommettendo sul futuro di un fare impresa e di creare lavoro in diversi settori in modo differente;
- che si unisce per decidere la rete dei produttori da inserire come fornitori dei tanti, crescenti Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) che forniscono beni (alimentari e non solo) a decine di migliaia di famiglie, ormai un po' dovunque.

Il nostro percorso ha attraversato la complessità delle forme con le quali soggetti e comunità resilienti stanno attraversando la crisi cercando risposte di futuro non solo per sé ma proponendo il proprio percorso come progetto.

Comunità è dunque la "parola-chiave" che tenta di dare una lettura unitaria dell'esperienza, parola che ne evoca immediatamente altre altrettanto significative quali **relazioni, reciprocità, evoluzione, legalità**, che approfondiremo in modo specifico più avanti, tutte fortemente connesse tra loro. Non a caso tornano alla mente le parole di Adriano Olivetti in un discorso dal titolo "Dalla fabbrica alla *Comunità*", pronunciato a Perugia il 12 settembre 1953: *"La storia, la ragione ci portano all'esame di una comunità optimum, né troppo grande né troppo piccola: alle dimensioni dell'uomo(...) un luogo più felice ove i campi, le fabbriche, cioè la natura e la vita ricondotti a unità ritrovino quella compiuta armonia che alberga soltanto nella pace e nella libertà. Se poniamo l'idea di una nuova civiltà non possiamo dimenticare che questa riposa su una sintesi di valori umani, sociali, economici, estetici..."*⁶¹.

⁶¹ A. Olivetti (a cura di A. Saibene) (2013) "Il mondo che nasce", Edizioni di Comunità.

2.2.1. Quale “senso di comunità”: l’interdipendenza positiva

Non intendiamo cantare le lodi del “piccolo è bello”. Sappiamo bene che oggi più che mai piccolo è debole e la storia delle decine di migliaia di piccole (e anche medie) imprese che in questi anni di crisi hanno chiuso i battenti con la conseguente disperazione portata dai fallimenti e dalla disoccupazione ce lo ricordano. Ma è anche vero che, proprio in questi anni bui, stiamo imparando che la debolezza più grande è data dall’isolamento e dalla solitudine, delle persone ma anche delle imprese. Un’economia in cui “natura e vita [siano] ricondotte ad unità”⁶², può allora significare oggi, per la nostra generazione e soprattutto per quelle future, ritrovare equilibrio tra i bisogni di una *comunità* di persone (e non solo delle singole persone) e la vocazione dei propri territori (non solo dal punto di vista della produzione agricola ed artigianale, ma anche di tutte le ricchezze naturali, artistiche, culturali, di saperi e capacità presenti), Nella “griglia” interpretativa che si è andata arricchendo nel corso del nostro percorso abbiamo definito che per noi senso di comunità “è il riconoscere (tra i singoli soggetti di uno specifico contesto) l’esistenza di una **interdipendenza positiva** e quindi di una connessa disponibilità a mantenere questa interdipendenza offrendo o facendo per gli altri ciò che ci si aspetta da loro. È un circolo virtuoso tra comunità, organizzazioni, istituzioni, imprese e persone in cui si rafforzano reciprocamente le competenze, la capacità di raggiungere obiettivi condivisi nella piacevolezza della interrelazione comune, la forte condivisione emotiva degli eventi, l’occasione di riconoscimento dei componenti la comunità stessa”. È qui che prendono spessore e significato altre due parole-chiave che abbiamo individuato: **relazione** e **reciprocità**.

2.3. La relazione

L’affermazione che la persona è al centro di un nuovo modello di impresa e del pensiero economico implica necessariamente il riconsiderare le attività ed i rapporti economici alla luce di quella che è al tempo stesso base e garanzia di vitalità di ogni comunità umana: la relazione. Questa parola, pur essendo raramente citata o interpretata in modo restrittivo nel paradigma classico dei valori economici, in realtà caratterizza in maniera forte sia il modo di fare impresa che i rapporti che essa stabilisce con l’esterno (mercato e non solo).

L’economia è un sottosistema del sistema Società e non può prescindere dai valori di riferimento di questa. Le leggi economiche quindi devono tener conto anche delle leggi naturali che caratterizzano ogni singola comunità umana, ossia di quelle “leggi”, spesso non scritte, che, partendo dal valore della persona nella

⁶² Olivetti A., *Ibidem*.

sua interezza, richiamano l'importanza della relazione con l'altro (affetti, fiducia, amicizia, solidarietà, onestà) fino ad arrivare ad un concetto di altruismo (virtù civica) contrapposto all'egoismo (dis-valore civico).

Il riconoscere l'importanza dell'altro, degli altri, e quindi delle relazioni basate sulla condivisione di valori, è alla base di quel patto tra uomini che ha permesso la nascita e lo sviluppo della comunità civile (in contrapposizione alla comunità tribale/clanica basata su legami di "sangue"), creando così le premesse per lo svolgersi delle attività economiche.

La relazione con l'altro, con gli altri, con il territorio diventa quindi l'elemento centrale di ogni costruzione sociale. In quest'ottica l'impresa viene vista come una comunità di persone che produce beni e servizi per la comunità e non come una realtà asettica governata solo dalla legge del profitto; e, d'altra parte il mercato viene inteso come un luogo in cui imprese (fatte di persone) e persone si incontrano per scambiarsi beni e servizi, dove il produttore, per poter vendere, deve entrare in relazione con il compratore, e viceversa in una logica e consapevolezza di interdipendenza (siamo tutti produttori e consumatori).

Il territorio (umano e naturale) diviene, quindi, il luogo nel quale persone, organizzazioni, imprese vivono, producono e si organizzano in reti per rispondere in modo più efficace ai bisogni, e non una mera risorsa da sfruttare e di cui approfittare.

Il funzionamento di queste dinamiche sociali ed economiche è strettamente collegato alla qualità delle relazioni: più queste sono veritiere e fondate su **valori condivisi**, maggiore è la fiducia che caratterizzerà quella comunità umana e più efficaci saranno gli scambi e la cooperazione all'interno della stessa (*reciprocità*).

Come si vedrà meglio nel terzo capitolo, ciò si traduce anche in un **vantaggio economico** in quanto vengono risparmiate quelle risorse che diversamente sarebbero utilizzate per gestire le conflittualità e contrastare comportamenti non etici, o più semplicemente dettati da una visione più egoistica/individualistica (sviluppo di strumenti di prevenzione, controllo, repressione, proliferazione del corpo normativo e legislativo etc.).

La modalità di relazione, che si fonda sul riconoscimento e il rispetto dell'altro, esige/produce/ stimola mutualità e reciprocità, dando così vita ad organizzazioni ed imprese che sono meno interessate a competere ma più **orientate a cooperare** nel perseguimento del bene comune, inteso come miglioramento della qualità della vita nei territori ove operano e della quale tutti possono beneficiare (principio di solidarietà).

2.4. La reciprocità

Proprio reciprocità è l'altra parola-chiave, considerata come dimensione fondamentale per lo sviluppo di un'economia a dimensione comunitaria, realtà policentrica e multidimensionale alimentata da legami e relazioni articolate (di scambio, dono, mutualità, gratuità) tra soggetti e/o altre dimensioni sociali.

Studiosi di economia sociale e civile⁶³ hanno individuato forme di reciprocità nelle nostre realtà economiche in base alla presenza articolata di relazioni o modalità di cooperazione che vanno da quelle basate sul solo vincolo contrattuale o da un evidente interesse mutuamente vantaggioso per i soli contraenti (**reciprocità condizionale**) a forme che esprimono azioni gratuite non dettate dall'attesa della ricompensa o da risposte reciprocanti (**reciprocità incondizionale**). In questo caso, se forme di reciprocità sono assunte per il loro valore intrinseco, si agisce in modo gratuito, non condizionati dalla ricompensa pur raggiungendo comunque vantaggi e ulteriori risposte di reciprocità, anche se non in forma diretta.

In una economia a dimensione comunitaria va data dignità a ciascuna forma di reciprocità e ne va riconosciuto lo specifico contributo: non è certo utile determinare a priori quale forma sia migliore di un'altra perché questo dipende dai contesti e dalle culture nei quali questa si incarna e, in più, le diverse forme possono integrarsi e interagire. Le diverse forme di reciprocità vanno dall'esplicazione di normative e regole di base per il funzionamento di una economia "sana" ad azioni cooperative e mutualistiche o basate sulla gratuità.

2.4.1. Reciprocità, gratuità e cooperazione

La gratuità (agita quando una o più persone si impegnano in azioni, relazioni e processi degni di valore in sé e non prioritariamente per i benefici che ne possono derivare) è un principio che riteniamo possa essere presente anche nelle attività economiche. La gratuità in ambito economico può avere effetti positivi sia interni che esterni all'impresa o al mercato e dunque non è un principio "a perdere" ma "a generare" altra risorsa.

In una economia a dimensione comunitaria si assume che le diverse forme di reciprocità e le diverse realtà economiche trovino modalità di interazione tra di loro e alimentino pratiche di cooperazione e collaborazione reciproche (dalle imprese considerate prettamente di mercato a quelle che contengono più ampiamente dimensioni di condivisione e solidarietà quali, appunto, le imprese sociali e civili).

⁶³ L. Bruni (2006) "Reciprocità", Mondadori, Milano; G. Panizza, D. Antiseri (2012) "Il dono e lo scambio", Rubbettino, Soveria Mannelli.

La presenza delle diverse forme di reciprocità accresce la qualità della vita culturale, economica e sociale di un territorio e il confronto che si genera tra queste, basato su modalità dialogiche aperte, aiuta ed alimenta la ricerca ed il benessere di una comunità. Alcuni studiosi hanno anche evidenziato quanto in determinati contesti sociali la presenza di imprese che si limitano alla mera responsabilità sociale di impresa richiesta dalle normative, sia la premessa per assumere consapevolezza sul vantaggio ad agire pratiche di responsabilità e sceglierle liberamente in quanto ritenute anche convenienti⁶⁴.

2.4.2. Reciprocità e profitto

I termini “vantaggio” e “convenienza” portano a qualche riflessione, qui solo abbozzata, sul **rapporto tra reciprocità e profitto** legata alle modalità con le quali questo viene redistribuito e quali sono i vantaggi economici, sociali, ambientali da esso generati e da cui un'economia a dimensione comunitaria accresce il benessere sociale delle persone e del territorio. In questo ambito il profitto di una impresa non va considerato aprioristicamente negativo, in quanto premessa della sua stessa esistenza. Ma politiche di giusta **redistribuzione del profitto** (o meglio degli utili) riconoscono il valore della co-produzione tra i diversi attori dell'impresa: non si redistribuisce per normativa o per benevolenza ma in quanto convinti che stiamo redistribuendo ciò che abbiamo prodotto insieme. E, ancora, pratiche di reciprocità riguardano il limitare il divario tra le retribuzioni dei manager e dipendenti, evitare forme di delocalizzazioni, realizzare strategie di valorizzazione del personale, potenziare investimenti per la sostenibilità dell'impresa e del futuro economico di tutti. Abbiamo ritrovato tutte queste pratiche nei casi analizzati come fattori predominanti e caratterizzanti questo modello economico.

2.4.3 Reciprocità e inclusione

In un'*economia a dimensione comunitaria* la reciprocità riguarda prioritariamente le persone e la loro possibilità di **inclusione** nelle diverse realtà. Nella società occidentale l'accesso al lavoro è percepito come condizione necessaria per l'affermazione dell'identità e dignità umana: ogni persona ha diritto ad un lavoro decente che risponda ad una serie di bisogni che incidono sulla qualità del proprio progetto di vita, dalla sicurezza, al reddito all'autorealizzazione di sé. Nessuno escluso.

Come abbiamo visto nelle esperienze incontrate e in quelle che quotidianamente viviamo, persone in situazioni di svantaggio sociale, e dunque considerate

⁶⁴ Ibidem pag. 23.

“deboli”, possono essere “risorsa” anche dal punto di vista produttivo. Perché questo avvenga, nei contesti lavorativi ed economici vanno create le condizioni affinché le persone siano abilitate all’esercizio delle proprie capacità e siano messe in grado di “generare reciprocità”. Perché ciò non diventi pratica di benevolenza e/o assistenzialismo, vanno predisposti dispositivi e strumenti tesi ad “abilitare alla vita attiva” dentro contesti relazionali di partecipazione e in un continuum di integrazione sociale e lavorativa: vi è bisogno non solo di politiche che tutelino e promuovano i diritti, ma anche di politiche che favoriscano la piena **capacitazione** e valorizzazione delle persone svantaggiate, dei giovani, delle donne, dei migranti: creare le condizioni di accessibilità e di pari opportunità sono premesse di reciprocità nella vita economica della comunità.

2.4.4. Reciprocità e equità

Nella traccia della nostra griglia di osservazione dicevamo che equità “riguarda la ‘giusta’ distribuzione tra i diversi portatori di interesse, delle risorse e del valore aggiunti realizzati all’interno dell’impresa o del territorio”. Ma, attraverso l’incontro delle diverse esperienze, è emersa una visione allargata del concetto di equità legata ad una relazione di reciprocità che si gioca in un **equilibrato peso tra diritti e dei doveri**. Si parla infatti:

- di diritto al lavoro (a un lavoro che si svolga in modo e ambienti dignitosi) e, di dovere al lavoro responsabile;
- di diritto ad una giusta remunerazione del lavoro (e dunque no ai super emolumenti del top management delle imprese o dei dirigenti pubblici, e anche no al lavoro-schiavo e precario), ma anche di dovere del lavoratore/trice di rispettare il tempo e il luogo del proprio lavoro, privato o pubblico che sia;
- di diritto a prestazioni assistenziali e sanitarie di qualità per tutti (e non solo per corporazioni o per *insider* che possono pagare servizi privati e individualizzati, o che privilegi alcuni territori e diventi malasanità o assenza totale di servizi per molti altri, soprattutto nel Mezzogiorno) ma anche di dovere di evitare sprechi e truffe ai danni della finanza pubblica;
- di diritto/dovere ad utilizzare le risorse comuni non per accrescere la speculazione finanziaria di pochi ma per investire “nell’interesse più alto: quello di tutti”, come, ad esempio, già fanno da molti anni, in silenzio, le agenzie di finanza etica (Banche di credito cooperativo, Banca Etica, Mag...).

2.4.5 Reciprocità e sobrietà

In questo contesto si pone la necessità di imparare nuovamente a coniugare un'altra parola-chiave del nostro dizionario: sobrietà appunto. Ciò significa superare la logica di un pauperismo fuori tempo, ma intraprendere anche un percorso di ri-educazione reciproca che non esalti le pulsioni di desiderio individuale focalizzato sul possesso. Il desiderio di felicità che è spinta vitale di ciascuno di noi deve assumere come riferimento l'etica dei fini. Si tratta dunque di mettere in primo piano la risposta a **bisogni primari condivisi** che riguardano condizioni di vita personali e comunitarie dignitose, ma anche a bisogni altrettanto essenziali che divengono relazioni feconde di amicizia, amore, cura dell'ambiente o e dei beni comuni, sia quelli naturali, sia quelli nati dalla *fatica e dal lavoro di milioni di uomini e donne* in secoli e millenni di esistenza. Relazioni che disegnano una vita buona, un *ben-essere* che non si identifichi con il *molto-avere* ⁶⁵

2.5. La legalità

È l'altro pezzo di "filo rosso" che abbiamo rintracciato nel nostro percorso , forse il presupposto fondante da cui partire per fare impresa.

Legalità significa in primis "conformità alle leggi". Ma legalità è anche, come viene ricordato da don Luigi Ciotti, "il rispetto e la pratica delle leggi. È un'esigenza fondamentale della vita sociale per promuovere il pieno sviluppo delle persona umana e la costruzione del bene comune. Legalità non sono, quindi, solo i magistrati e le forze di polizia, a cui dobbiamo riconoscenza e rispetto. Legalità dobbiamo essere tutti noi. Legalità è responsabilità, anzi corresponsabilità"⁶⁶.

In questo scenario di corresponsabilità, l'impresa si inserisce tra i protagonisti principali: è nel mondo del lavoro che si svolge una parte fondamentale della nostra esistenza e quotidianità, ed è pertanto anche all'interno di un'impresa (di qualsiasi tipo essa sia) che si formano le personalità e le coscienza individuali, il senso di responsabilità e corresponsabilità, come anche lo spirito di comunità.

Citiamo ancora Adriano Olivetti che concepiva i lavoratori non come ingranaggi di un sistema, ma come "collaboratori (non più dipendenti) che devono essere in primo luogo *competenti*, ma anche e necessariamente *motivati, consapevoli* del processo in cui erano inseriti e *riconoscenti* per il fatto di farne parte. Occorreva

⁶⁵ Rosina A. "L'Italia che non cresce - Gli alibi di un paese immobile" Laterza, 2013.

⁶⁶ L. Ciotti, "L'elenco sul significato di legalità", www.libera.it

cioè stimolare le motivazioni più profonde e autentiche dell'essere umano per farne entrare in tensione le facoltà cognitive: capacità di attenzione, d'analisi, di sintesi, di critica, di comunicazione”⁶⁷.

2.5.1. L'impresa come soggetto “precursore di diritti”, all'interno e all'esterno di sé.

Per comprendere il ruolo dell'impresa come “precursore dei diritti”, possiamo pensare a quanto abbia influito sulle evoluzioni delle pari opportunità negli Stati Uniti l'entrata in fabbrica delle donne in sostituzione di mariti e fratelli partiti per il fronte durante seconda guerra mondiale.

Oppure guardare alla fabbrica come l'essenza stessa dei quartieri operai della grandi realtà industriali italiane, quartieri che finivano per essere dei riflessi delle stesse fabbriche.

Senza dimenticare la nascita della cooperazione al consumo prima, e quella di produzione - lavoro e di credito poi, nate per rispondere a problemi che venivano avvertiti da una nuova classe sociale.

Fin qui il rapporto tra legge e impresa dal punto di vista del sistema di **governance interno**, dell'impresa creatrice di regole di convivenza civile e di aspettative, come esempio organizzativo da replicare fuori dai luoghi di lavoro, come luogo di identità che crea consapevolezza di classe e genera quindi, più o meno direttamente, nuove istanze sociali che si tramutano poi in nuove leggi.

Ma esiste anche una **governance esterna**, cioè la relazione impresa-mondo esterno che deve essere analizzata. Il rapporto tra impresa e mondo esterno – istituzioni, consumatori, cittadini, utilizzatori, fornitori, istituti di credito, appaltatori e subappaltatori - è estremamente complesso e si deve basare necessariamente sul principio della legalità. Questo perché ormai la relazione tra i diversi attori è talmente slegata che il valore della fiducia, che prima caratterizzava ogni rapporto economico, è stato progressivamente sostituito da quello della legalità, del rispetto delle norme. La legalità delle imprese è pertanto un argomento fondamentale per una comunità, perché permea totalmente la nostra quotidianità.

2.5.2. Gli ambiti della legalità

Le imprese incontrate ci hanno aiutato a declinare in più forme il rapporto impresa/ legalità nel concreto: diritto dei lavoratori: riguarda non solo i lavoratori dell'impresa stessa ma anche quelli degli appaltatori e subappaltatori. E, in un'ottica più allargata di responsabilità, anche dei fornitori (es.: non acquistare

⁶⁷ M. Fasano, su Inchiestaonline.it, 10/4/2012.

materie prime da aziende che sfruttano il lavoro minorile). Tratta di questioni di genere e quindi anche il mobbing e la conciliazione dei tempi; di rispetto delle normative sulla contratto di lavoro e sulla retribuzione-contribuzione dei dipendenti e, in un'ottica più ampia, del gap tra i livelli di retribuzione delle diverse mansioni; della sicurezza sui luoghi di lavoro;diritto ambientale: rispetto delle norme sulla salubrità dei luoghi di lavoro, la produzione e lo smaltimento di rifiuti solidi, liquidi e gassosi. In un'ottica più ampia: ogni comportamento pro-attivo teso alla minimizzazione degli impatti: riduzione uso materie prime, riciclo acque, ricorso a energia rinnovabile ecc.;diritto amministrativo: rispetto delle normative riguardanti la pubblica amministrazione e in particolare gli appalti pubblici;diritto tributario: il corretto pagamento di imposte, tasse e contributi a favore degli enti pubblici;diritto societario: il corretto rapporto tra una società e i propri soci; diritto commerciale: riguarda l'attività imprenditoriale e l'esercizio dell'impresa.

Ciò che tuttavia è emerso dall'indagine è la necessità, affinché le imprese possano operare nella legalità, di un sistema sanzionatorio e di incentivazione efficace ed efficiente che premi i virtuosi e disincentivi i "viziosi". Altrimenti anche la più limpida delle onestà capitolerà di fronte all'esigenza di adeguarsi al sistema per non soccombere, fallire, licenziare dipendenti, interrompere il sogno di una vita o di intere generazioni di imprenditori.

In Italia, accanto a questioni non certo secondarie come la soffocante pressione fiscale, lo scandaloso costo del lavoro dipendente, i vergognosi ritardi di pagamento della pubblica amministrazione, gli inaccettabili ritardi infrastrutturali, la burocrazia incrostata, il ricatto mafioso in alcune aree lungo l'intera penisola – fattori questi che scoraggiano gli investimenti italiani ed esteri nel nostro Paese - il vero problema è che in Italia il sistema non pare adeguarsi a principi di legalità.

2.5.3. Senza legalità non vi è sostenibilità

La violazione delle regole è una minaccia alla sostenibilità del sistema di riferimento. Se l'Italia vuole stare sui mercati globali deve produrre qualità (in qualsiasi settore) e la qualità può essere solo e soltanto figlia di un sistema (intelligente, flessibile, premiante,..) di legalità. In ricerche condotte a livello accademico, e dall'evidenza empirica, gli imprenditori preferiscono concentrarsi su aspetti pro-attivi della legalità perché vivere secondo le regole non basta: bisogna insegnare e comunicare la legalità, impegnarsi a tenere lontani la corruzione, i condizionamenti della cattiva politica, della mafia e del malaffare in genere. Creare un sistema virtuoso insomma, che aiuti l'impresa e l'imprenditore a restare tali passa per la promozione della cultura della legalità e contrasto delle infiltrazioni politico-mafiose; senso di responsabilità (responsabilità di sentirsi un

imprenditore onesto; responsabilità di scelta delle relazioni, dei fornitori e dei dipendenti, del scegliere gli “affari”); corresponsabilità per rendere il territorio migliore; emersione dell'economia informale e dei soggetti che vi operano; controllo approfondito della filiera e rifiuto di commesse poco trasparenti; costruzione di reti di imprenditori virtuosi che rispettano i principi di legalità per avere maggiore peso e potere sul territorio; realizzazione di campagne di sensibilizzazione all'interno e all'esterno dell'azienda; porsi degli obiettivi più stringenti di quelli normativi; possesso di certificazioni ambientali più esigenti. Sono questi tutti elementi rintracciabili nella griglia di osservazione utilizzata per l'analisi e aggiunti nel corso del Laboratorio dopo l'incontro con le diverse esperienze.

Anche in Italia, al sud come al nord, essere un imprenditore che opera nella piena legalità ed anzi, si attiva spesso proattivamente affinché alcune caratteristiche di responsabilità ambientale e sociale facciano parte dell'identità d'impresa e quindi diventino valore aggiunto, sembra un'impresa non solo auspicabile, ma possibile.

2.6. L'evoluzione

Il nostro filo rosso si arricchisce di questo concetto essenziale se vogliamo pensare ad un'economia ed un fare impresa che sa leggere il nostro tempo e l'insita necessità e speranza di cambiamento profondo.

Evoluzione è la **propensione profonda e collettiva ad andare “oltre”**. Il concetto di evoluzione può essere interpretato come un fattore insito nella propria cultura aziendale o in una comunità territoriale, una propensione interna dell'organizzazione o del territorio, che porta gli stessi a lavorare per andare "oltre", verso un miglioramento continuo della qualità dei propri processi, prodotti o relazioni, impiegando l'energia per costruire un futuro auspicato e non per contrastare ciò che non dovrebbe essere.

In questo scenario è implicita la necessità di avere chiara una **visione globale e finale** (il dove andare, lo scenario futuro auspicabile) a differenza del concetto di cambiamento che spesso, limitandosi ad operare su una parte o su un elemento e non necessariamente presupponendo una visione globale, può rendere vano il lavoro dell'agente di cambiamento in quanto egli non è in grado di comprendere appieno gli obietti finali del suo agire e quindi di dare delle risposte di senso. Questa capacità visionaria ha insita una componente di audacia, di **coraggio**, di propensione ad osare il nuovo, propria di chi ha la consapevolezza di aver visto appunto uno scenario raggiungibile e migliore. È la passione di chi ha a cuore il

bene della propria azienda o del proprio territorio e ragionando in un'ottica evolutiva sa guardare a scelte anche innovative.

2.6.1 Evoluzione e creatività

Evoluzione è la **capacità creativa di combinare in maniera nuova elementi già esistenti**; la costante revisione e riflessione, in un'ottica mai statica ma sempre dinamica, deve accompagnarsi alla capacità di adottare nuove prospettive di analisi dei problemi. I fattori in gioco (risorse umane, tecnologie, conoscenze, idee) possono così essere ricomposti, messi in relazioni diverse tra loro, al fine di ricercare sempre nuove soluzioni in termini di prodotti o di processi. Ancora, essa è **ascolto e valorizzazione dei talenti interni /capability/reciprocità di scambio**; visione globale, capacità combinatoria, coraggio di perseguire strade nuove per costruire un futuro migliore sia per il singolo che per la collettività difficilmente si possono portare avanti in solitudine. C'è un importante fattore collettivo che entra in gioco, dove le singole parti sono in primis ascoltate e fortemente coinvolte, riconosciute, valorizzate per le loro capacità e messe nelle condizioni di agire ed esprimersi. Ciò vale sia all'interno delle **organizzazioni aziendali** dove il contesto permette di valorizzare e far esprimere i talenti presenti, sia nelle **comunità territoriali** dove le singole parti ritrovano spazi di azioni per la costruzione di un bene comune.

Tutto ciò deve accompagnarsi alla necessità di una **formazione continua**, un aggiornamento, una approfondita conoscenza del contesto in cui si opera: per poter ipotizzare percorsi innovativi e auspicare scenari futuri raggiungibili le fondamenta devono essere solide e basarsi su conoscenze e professionalità in grado di supportare la sfida. L'impresa può così diventare soggetto capace di sviluppare al suo interno una propria elaborazione culturale, che sappia produrre innovazione di prodotto e di processo interno, a partire anche da una base di innovazione del "pensiero o paradigma economico di riferimento". Il tutto auspicabilmente in grado di contaminarsi positivamente con il territorio nel quale è inserita.

2.6.2. Evoluzione e nuove relazioni tra produttori e cittadini

Evoluzione, per noi, è anche costruzione di nuovi rapporti nei territori tra produttori-consumatori/cittadini e nuovi modelli distributivi. L'evoluzione non sta solo nei prodotti e nei processi, ma anche nelle relazioni tra i soggetti in gioco. Per questo pensiamo sia necessario operare perché nei nostri territori, sulla base delle esperienze già in atto, si realizzino: un nuovo e più maturo rapporto di scambio tra produttori e consumatori, non più in una logica di contrapposizione, ma di reciproca crescita; un mercato che, superata la logica

del massimo profitto per un soggetto, diventa luogo di relazione tra pari, dove prevalga la dimensione della cittadinanza, della comunità e del reciproco contributo per la costruzione di un bene comune

Nel sociale il concetto di **evoluzione** si lega ai bisogni di natura sociale (a volte nuovi) ai quali cerca di dare risposte nuove. L'ottica è quella del miglioramento della qualità di vita delle persone, che genera un effetto migliorativo sulle comunità territoriali e, a cascata, sulla qualità delle performance delle economie locali, in una logica circolare e dinamica.

In questo contesto, tutti i soggetti economici in campo sono chiamati a cogliere il valore aggiunto della dimensione sociale nelle proprie produzioni assumendo, all'interno della propria mission d'impresa, anche la componente valoriale.

Un ambito specifico nel quale la dimensione dell'evoluzione può essere considerato determinante è quello della **sostenibilità ambientale e dell'ecologia**. Attività imprenditoriali centrate sul riuso di prodotti usciti dal ciclo produttivo; il riciclo di materiali di scarto; la produzione di energia da fonti rinnovabili rappresentano esperienze potenzialmente di lungo respiro, capaci di valorizzare diversi aspetti: creatività, relazioni, rispetto dell'ambiente e delle risorse a disposizione, centrali in questo contesto storico, sociale ed economico.

2.7. Dall'utopia praticata alla realtà possibile

Il filo rosso tracciato con queste cinque parole chiave: comunità, relazioni, reciprocità, legalità, evoluzione, racconta che l'utopia si sta facendo sempre più realtà.

L'utopia è già realtà, in *comunità* ed in imprese piccole o più grandi che abbiamo avuto modo di conoscere insieme direttamente e in moltissime altre che ciascuno di noi ha nella sua "mappa" solidale o che comunque sa che esistono. Noi stessi siamo parte di questa "mappa", ne siamo soggetti attivi. Stiamo andando sicuramente contro corrente, contro quella corrente che tutto rischia di travolgere nel suo procedere forsennato. Ma ci anima la consapevolezza che – come ci dice Olivetti – *"i mostri della nostra epoca, destinati a perire come animali antediluviani"* stanno iniziando davvero a mostrare tutti i segni di disfaccimento. E ci anima, nel nostro agire, la speranza che questi stessi mostri possano *"lasciar luogo a forme di vita più agili, più armoniose e, in una parola più umane"*⁶⁸. Cambiare modello e paradigma: è ciò che è scritto nell'ordine del giorno di questo nostro tempo. Tanto più è necessario procedere in modo da non farci travolgere dal crollo che ci circonda e, al contrario, sviluppare capacità di resilienza rafforzando quegli anticorpi che la cultura neoliberista ha provato in

⁶⁸ Olivetti A., *Ibidem*.

tutti i modi a distruggere. Si chiamano collaborazione solidale, cooperazione, dono, relazioni di reciprocità, gratuità, legalità, evoluzione. Tutte parole e aspirazioni che abbiamo incontrato e stanno riempiendo nuovamente la parola-chiave per eccellenza, *comunità*, di significati e di esperienze importanti.

Capitolo 3 | Ri-costruire il futuro: riflessioni per lo sviluppo di un'economia segno di civiltà

È evidente che troppo, e da troppo tempo, abbiamo sacrificato le qualità personali e i valori della comunità al solo fine di accumulare sempre più beni materiali. [...] Il Prodotto Interno Lordo comprende anche l'inquinamento dell'aria, la pubblicità delle sigarette, le serrature speciali per le nostre porte di casa, e le prigioni per coloro che cercano di forzarle. Comprende l'abbattimento delle sequoie e la scomparsa delle nostre bellezze naturali; tiene conto della produzione di missili a testate nucleari, [...] Il PIL non tiene conto della salute dei nostri figli e della qualità della loro educazione; non considera la bellezza della nostra poesia o la solidità dei legami familiari; non misura né la nostra arguzia, il nostro coraggio, la nostra saggezza, la compassione, la devozione al nostro paese. In breve tiene conto di tutto tranne di ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta.

[Robert F. Kennedy, "La ricchezza di popoli e nazioni", 18 marzo 1968]

L'economia classica, per necessità di omogeneità e di semplificazione, si limita ad un'analisi quantitativa della realtà che, tuttavia, si rivela insufficiente per comprendere adeguatamente fenomeni complessi e realtà articolate come quelle prese in esame dal Laboratorio. Le variabili economiche sono influenzate, tra l'altro, dalle aspettative che ognuno costruisce nel tempo a partire dalla propria cultura, dal territorio, etc. Cambiare le aspettative di una moltitudine di soggetti economici attraverso la creazione di un'altra visione, alternativa alla lettura economica classica, generebbe un cambiamento consistente e, per noi, auspicabile.

"....Quell'anno non aveva fatto grandi guadagni, ma non ci aveva neanche perso, ed era stata bene, coinvolta in casi interessanti. Per lei questo contava molto di più che un bilancio decisamente in attivo. In realtà, pensava, il bilancio annuale dovrebbe includere la voce "felicità", accanto a spese, ricevute e tutto il resto. Nel suo rendiconto, quella cifra sarebbe stata rilevante, pensò...."⁶⁹

È necessario quindi inserire elementi qualitativi di analisi per costruire una visione **globale** e finale (il dove andare, lo scenario futuro auspicabile) che riesca ad influenzare le scelte di politica economica. Tale visione è desumibile peraltro

⁶⁹ A. McCall Smith, Le lacrime della giraffa, (2003) Guanda.

dalle molte buone pratiche incontrate nel territorio che basano la loro esistenza sulla capacità di costruire e leggere, fuori dagli schemi diffusamente percepiti⁷⁰.

Attraverso l'interrelazione delle buone pratiche attive e la coesistenza quindi delle diverse forme di reciprocità descritte nel secondo capitolo (reciprocità condizionata e reciprocità incondizionata), il cambiamento dovrebbe contaminare il territorio e moltiplicare le esperienze positive attraverso la diffusione di un'economia che generi una responsabilità diffusa e una reciprocità generalizzata. Infatti, le scelte virtuose di un singolo possono presto diventare le scelte di molti, traducendo in numeri, e quindi in quantità, quella visione auspicata. Lo scopo del *Laboratorio* è infatti quello di mettere in contatto le realtà incontrate per innescare questo processo virtuoso di cambiamento e di costruzione della visione. Ciò dovrebbe portare, da un lato, al moltiplicarsi di imprese responsabili, e, dall'altro, alla crescita di una società di consumatori, ovvero di soggetti consapevoli dei propri bisogni, capaci di agire (e non subire) il consumo e di dare/togliere consenso a scelte di politica economica.

La diffusione di questo nuovo paradigma, tuttavia, richiede anche l'adozione di azioni politiche, di sistema e organizzative che, con un sistema di policy di sostegno, ne favoriscano lo sviluppo, colmando i divari e facilitando l'attivazione di volani, di percorsi virtuosi, di meccanismi di riproduzione e moltiplicazione.

3.1. Un nuovo paradigma per la creazione di valore condiviso

Come visto nei capitoli precedenti, l'indagine ha individuato alcuni elementi comuni alla maggior parte delle organizzazioni analizzate che fanno emergere alcune linee guida per lo sviluppo dell'economia civile con una dimensione comunitaria. Fondamenta di questo nuovo paradigma economico, infatti, risulta essere il forte legame con il territorio di operatività delle organizzazioni e con le comunità locali di riferimento. Nelle nostre esperienze, gli attori agiscono in un'ottica di reciprocità con il proprio territorio usufruendo sì delle sue risorse critiche, materiali e immateriali, ma anche costruendo valore condiviso (c.d. *shared value*) per la comunità locale. Porter e Kramer⁷¹ hanno analizzato tale concetto sottolineando la capacità di queste imprese di perseguire i propri

⁷⁰ La maggior parte delle esperienze incontrate nel percorso territoriale ha avuto inizio dalla rivisitazione di concetti classici, innovando, in linea con la definizione di imprenditore shumpeteriano, «Ogni produzione consiste nel combinare materiali e forze che si trovano alla nostra portata. Produrre altre cose o le stesse cose in maniera differente, significa combinare queste cose e queste forze in maniera diversa» J. A. Schumpeter, (1912) *Teoria dello sviluppo economico*.

⁷¹ Porter, M.E., Kramer, M.R. (2011) "Creating Shared Value," in *Harvard Business Review*, January-February.

obiettivi economici mettendo al centro anche quelli di natura sociale, rispondendo ai bisogni della collettività e coinvolgendo tutti i propri stakeholder (dai dipendenti ai fornitori, ai clienti, alla pubblica amministrazione) nella massimizzazione del valore scambiato.

Inoltre, a fronte del prevalere di concezioni culturali antropologiche in cui la persona è sempre più intesa come individuo autosufficiente, non come soggetto in relazione interdipendente o inter-indipendente, l'agire cooperativo tra i diversi attori sociali che è alla base della nostra visione di economia civile sollecita la polis, fa forza sulla coesione sociale, chiama in campo la fiducia personale e sociale, mettendo in gioco Istituzioni e finanza. Non stiamo parlando di un solidarismo ingenuo, non di buonismo ma di una dimensione dell'agire etico e politico. E' un riconoscersi ed un muoversi "insieme", corresponsabili di abitare una "casa comune". Nell'attuale tempo di crisi la priorità non è solo ricostruire l'economia e il lavoro, ma ricostruire patti interpersonali e collettivi che producano strategie e pratiche generatrici di valore condiviso.

Lo sviluppo di questa nuova prospettiva non può prescindere dal cosiddetto capitale territoriale che diventa elemento critico per la competitività delle imprese e dal consolidamento del legame con le comunità locali per il raggiungimento di una governance multistakeholdership del territorio in un'ottica di Responsabilità Sociale Territoriale.

3.1.1. Valorizzazione del capitale territoriale come fattore per la competitività delle imprese

L'importanza del capitale territoriale è stata sottolineata da un'ampia letteratura e riconosciuta a livello istituzionale europeo in più occasioni. In particolare la Commissione europea nello "Scoping document on the territorial state of the EU": *"Ogni regione possiede uno specifico capitale territoriale, distinto da quello delle altre aree, che genera un più elevato ritorno per specifiche tipologie di investimento, che sono meglio adatte per quest'area e che più efficacemente utilizzano i suoi asset e le sue potenzialità. Le politiche di sviluppo territoriale (politiche con un approccio territoriale allo sviluppo) devono innanzitutto, e soprattutto, aiutare le singole regioni a costruire il loro capitale territoriale"*⁷².

Ciò che determina il capitale territoriale di una data area sono sia le sue condizioni geografiche e naturali, sia il suo capitale umano, ma anche le cosiddette "interdipendenze non di mercato", ovvero, tutte quelle regole informali che permettono agli attori locali di lavorare insieme in condizioni di fiducia, come le reti di solidarietà e di collaborazione tra diversi attori economici e sociali per lo

⁷² Commissione europea, (2005) "Scoping document on the territorial state of the EU". Si nota che il concetto di capitale territoriale è stato utilizzato nuovamente a livello europeo nel documento Territorial Agenda 2020 - Towards an Inclusive, Smart and Sustainable Europe of Diverse Regions (maggio 2011), documento in cui l'accrescimento del capitale territoriale viene riconosciuto come fondamentale per raggiungere gli obiettivi posti dall'Unione europea nella strategia Europa 2020.

sviluppo di nuove idee (capitale sociale)⁷³.

Questo capitale simbolico è quindi legato anche al senso di appartenenza a un territorio: è una forma di capitale trasversale difficilmente misurabile che svolge però un ruolo determinante nello spiegare le differenze di sviluppo territoriali presenti a livello nazionale. Infatti, l'identità di territorio e la condivisione di valori e obiettivi legati alla qualità della vita, sono alcune delle componenti relazionali che confluiscono nel capitale territoriale che è, quindi, un capitale simbolico ma che funge da forza propulsiva e moltiplicatrice delle altre forme di capitale, compreso quello economico. Sappiamo infatti bene che vi sono politiche e culture che favoriscono la reciprocità così come altre la ostacolano e che queste differenze passano anche per i diversi contesti territoriali.

Non consideriamo il nostro Paese suddiviso da confini demarcati e distinti, nord e sud, attribuendo politiche e culture rigidamente all'uno o all'altro. In contesti territoriali difficili come il Sud Italia, caratterizzati da economie controllate dalle mafie o da lobby e poteri forti, abbiamo ritrovato modelli di economia civile: forme di reciprocità tra il mondo economico ed il contesto comunitario, reti di supporto coesistenti tra gli stessi imprenditori, pezzi segmenti di società civile che ne alimentano la memoria e la cultura, generando anticorpi efficaci per affrontare e contrastare dinamiche clientelari e criminogene.

In altre parole, le *policy*, le pratiche operative e le strategie imprenditoriali che tengono conto anche del capitale territoriale contribuiscono al miglioramento di un'azienda e delle condizioni economiche e sociali della comunità in cui opera⁷⁴.

3.1.2. Da Responsabilità Sociale d'Impresa a Responsabilità Sociale di Territorio

Tenendo conto del proprio capitale territoriale, l'impresa è nelle condizioni di attivare una relazione di dialogo e di scambio che, reiterata nel tempo, genera un clima di consenso e facilita le transazioni. Come visto, questo si può trasformare in un vantaggio competitivo, tuttavia, ciò è possibile solo se l'impresa cambia la sua prospettiva da egocentrica a concentrica, ovvero, da impresa centro dell'iniziativa economica a stakeholder in continua relazione circolare con gli altri soggetti del territorio, dove ognuno è di volta in volta sia esterno che interno alla relazione. Deve quindi cambiare la chiave di comprensione del fenomeno che da

⁷³ Impronta Etica, SCS Consulting, (2012) "Il contributo dell'impresa responsabile alla creazione di valore per il territorio".

⁷⁴ Camera di Commercio di Reggio Emilia, (2010) "I livelli di cambiamento. Le dinamiche sociali ed economiche viste da una differente prospettiva".

singolo diventa collettivo, dove la responsabilità non è più di un solo soggetto ma condivisa tra tutti.

Ciò si può tradurre anche in un vantaggio economico risparmiando risorse che, diversamente, sarebbero utilizzate per contrastare comportamenti non etici dettati da una visione individualistica d'impresa. Tali risorse possono essere quindi "reinvestite" nella produzione di socialità, di miglioramento e maggiore fruibilità dei beni comuni, innescando dei veri e propri circuiti virtuosi auto-alimentanti. Se l'economia deve essere al servizio dell'uomo, appare ben chiaro come la vera ricchezza sia rappresentata dai beni relazionali, il cui valore aumenta con l'uso, diversamente da quelli tangibili la cui fruizione spesso tende a ridurre l'utilità marginale. Possiamo dire quindi che la reale ricchezza è direttamente proporzionale alla quantità e qualità delle relazioni che si instaurano tra i soggetti di una comunità, in antitesi al concetto di ricchezza, legato essenzialmente al possesso e fruizione dei beni materiali e posizionali, in cui l'utile discende invece dal rapporto tra la persona e la cosa.

Pur riconoscendo l'importanza delle norme e delle leggi in funzione di una civile convivenza, bisogna però prendere atto che queste possono essere rese "vive ed efficaci" solo in presenza della componente relazionale, che, riconoscendo l'originalità e unicità di ogni persona, fa sì che di fronte ai problemi, ai contrasti, alle sfide si possano aprire infinite opportunità di soluzione o di gestione.

In questo scenario vi deve essere una percezione diffusa di **bene comune** da parte di imprese, cittadini e Istituzioni, cosicché la salvaguardia di esso soddisfi anche l'interesse privato poiché inserito in un sistema evoluto dove le strutture di supporto vengono create e mantenute dall'intera popolazione, consentendo pertanto di operare come ad infrastrutture moltiplicate. Il ruolo delle istituzioni può rappresentare così un grande valore aggiunto poiché, inserendosi nei circuiti di rete locale, possono facilitare la vitalità (economica, culturale e sociale) dei territori attraverso una progettazione condivisa con essi al fine di valorizzarne appieno competenze e talenti.

Parlare di comunità, significa che in un territorio viene data priorità alle persone che lo abitano e che l'impresa è chiamata a sentirsi parte vitale di quel territorio, soggetto agente (al pari degli altri) per il bene comune, soggetto che non chiede alle persone solo la forza-lavoro, ma che sa valorizzarne soprattutto l'intelligenza, la creatività e la capacità critica.

Pensiamo ad una impresa, "inclusiva"⁷⁵, in relazione osmotica tra il "dentro" e il "fuori", nella relazione con le persone (lavoratori/cittadini), con le istituzioni (governanti eletti/stakeholder eletti ed elettori), con le altre imprese (competitor/potenziali parti di una stessa filiera). Un'impresa inclusiva, non solo

⁷⁵ Ibidem Acemoglu, D., Robinson, J.

favorisce, ma ricerca e progetta esplicitamente, relazioni di reciprocità con persone, territori e altre imprese.

La responsabilità sociale d'impresa si integra quindi con un più ampio concetto di Responsabilità Sociale di Territorio⁷⁶,, dove il dialogo tra tutti i componenti economici, della società civile e delle istituzioni, porta a parlare e ad agire a favore dello sviluppo locale non solo dal punto di vista economico, ma anche sociale, culturale ed ambientale. Dove l'economia possa far rima con felicità. Dove un'economia "buona" entra nel quotidiano delle persone e delle famiglie per diventare buona vita/bemn viver⁷⁷. C'è chi la chiama economia della felicità.⁷⁸

In un'ottica di Responsabilità Sociale di Territorio, i diversi soggetti concorrono per un bene comune e la comunità ha la possibilità di trasformarsi in comunità solidale.

Come visto nei capitoli precedenti sono queste caratteristiche fondamentali della maggior parte delle imprese incontrate nel corso del *Laboratorio* sulla base delle quali si sono elaborate le riflessioni di sviluppo di seguito illustrate.

3.2 La costruzione delle Reti

3.2.1. Ri-localizzazione e rivisitazione dei costi

Come visto all'interno del secondo capitolo, il territorio può produrre e favorire diverse forme di reciprocità come, ad esempio, quelle tra produttori e gruppi di consumatori per la ricerca di modalità condivise di uscita dalla crisi, per innovare alcuni processi economici (dai costi della logistica, alla produzione di beni attenti alla qualità ed al benessere), per coniugare e mobilitare energie e risorse su idee imprenditoriali attente ai valori ambientali ed alla qualità della vita.

Un esempio di ciò è l'avvicinamento del consumatore al produttore dovuto alla diffusione del concetto e del movimento del consumo critico che ha permesso l'arricchimento dello scambio economico di relazioni basate su valori quali la trasparenza, l'ecologia, la cooperazione, il rispetto, etc. In molti casi questo avvicinamento ha portato alla creazione di reti per la co-progettazione di

⁷⁶ F. Peraro, G. Vecchiato (a cura di) (2007) Responsabilità Sociale del territorio. Manuale operativo di sviluppo sostenibile e best practices.

⁷⁷ Mance, E. A. (2006) "La rivoluzione delle reti", Emi.

⁷⁸ De Biase, L. (2007) "Economia della Felicità", Feltrinelli. Becchetti, L. (2009) "Oltre l'homo oeconomicus. Felicità, responsabilità, economia delle relazioni", Città Nuova.

produzioni e investimenti⁷⁹ al fine di ottimizzare le risorse e minimizzare gli sprechi. In quest'ultimo caso chi acquista beni o servizi assume un ruolo di co-produttore e gli attori economici assumono quindi il ruolo di incoraggiare la costruzione e lo sviluppo di reti sociali funzionali a sostenere laboratori territoriali e progettuali capaci di coinvolgere molteplici e differenti portatori di interesse nella ricerca di soluzioni vantaggiose per ciascuno e per tutti.

Sul territorio nazionale vi sono molte esperienze virtuose attive in quest'ambito come la pratica di acquisto condiviso produttori/consumatori di cespiti, la progettazione condivisa della produzione (GAS Cagli-PU) e l'utilizzo della mobilità occupazionale per la tutela del territorio e della produzione (Province autonome di Trento e Bolzano).

La rete è una pluralità di scambi e relazioni che soddisfano bisogni diversi di un territorio; essa può essere rappresentata in varie forme (Distretto di Economia Solidale, Economia di Comunione, HUBS, Sistemi MAG, etc.) all'interno del quale possono svilupparsi anche diverse filiere, come quella che lega produzione, vendita e acquisto. Cercano di percorrere questa strada le esperienze di Piccola Distribuzione Organizzata come i GAS, i mercati di produttori, Consorzi/Empori/Gallerie dell'Altra Economia, le Piattaforme distributive, etc.⁸⁰.

A questo proposito è necessario approfondire il tema dei sistemi di distribuzione, in quanto più volte ricorrente nelle realtà incontrate. Infatti, il sistema di distribuzione dei beni è spesso un ostacolo per molte organizzazioni e aziende poiché impone logiche distorte e non coerenti con le politiche di equità e "giusto prezzo" alla base di molti di questi soggetti. La grande distribuzione, per via dei grandi quantitativi, impone un *mark-up* molto ridotto che spesso costringe alla ricerca non solo di metodi di ottimizzazione dei processi produttivi, ma anche di riduzione del costo di materie prime e delle risorse umane a scapito della qualità. La modifica di tali presupposti, o la ricerca di un modello di distribuzione alternativo alla grande distribuzione, sono temi prioritari e da affrontare in rete con diversi attori sociali. In questo senso sono interessanti le esperienze dei GAS, ma anche del progetto *Ragioniamo con i piedi* della provincia di Mantova⁸¹ o de *L'apebianca* di Forlì⁸² che tentano dimostrare l'esistenza e la convenienza di nuovi modelli di distribuzione che agiscano sulla filiera corta.

⁷⁹ Es: GAS Cagli-PU (2008) accordo GAS-imprenditore agricolo x acquisto terreno agricolo.

⁸⁰ Alcuni esempi: Apebianca, Comunità Capodarco, Consorzio/Galleria/Emporio dell'Altra Economia, Consorzio Rete Bio, Piattaforma Biolife,...

⁸¹ www.ragioniamoconipiedi.it.

⁸² www.lapebianca.it.

Questo modello è semplice da attuare in dimensioni aziendali molto piccole, meno nelle medie e grandi imprese, sebbene queste potrebbero vedere assorbita localmente la maggior parte della loro produzione limitando i costi di distribuzione e rafforzando il territorio attraverso il proprio atto di acquisto⁸³. Alternativamente, le differenze macroscopiche tra offerta e domanda, potrebbero essere colmate anche con processi di gemmazione di impresa⁸⁴, con ricaduta positiva sul territorio in termini di occupazione.

Elementi come la disomogeneità dagli standard di prodotto e di processo, l'instabilità politico-sociale dei fornitori "globali" di beni e servizi (turismo), esternalità negative legate alla produzione oltreconfine (es: inquinamento, impronta ecologica, etc.), il rispetto dei diritti, stanno compensando i vantaggi legati al basso prezzo dei prodotti, riportando l'attenzione sui costi indiretti insiti in tali produzioni. Tale rivisitazione dei costi rende quindi il locale più economico, nonché ecologico e trasparente.

3.2.2. Rapporto tra la pubblica amministrazione e l'economia civile

Un importante ruolo nella costruzione e nella crescita delle reti sul territorio potrebbero averla i soggetti che gravitano nell'ambito della pubblica amministrazione, attraverso diverse e composite modalità.

La pubblica amministrazione adeguandosi alle direttive comunitarie⁸⁵ o ad alcune leggi emanate dal Parlamento⁸⁶, potrebbe incentivare lo sviluppo di questa Nuova economia attraverso i cosiddetti acquisti green / responsabili / etici. Superando il criterio del prezzo minimo e introducendo le variabili "sociali" ed "ambientali" come criteri di valorizzazione dell'offerta all'interno degli appalti

⁸³ Campagna Oxfam, "...ConsumAttori, soggetti attivi e informati che influenzano il modo in cui il cibo e altri beni vengono prodotti, venduti, consumati, facendo in modo che la produzione, il commercio, il consumo diano vita a un mondo migliore..."

⁸⁴ M. Ruisi, (1999) La genesi di impresa per gemmazione.

⁸⁵ Dir. 2004/18/CE del 31/3/2004, riconosce la possibilità di inserire la variabile ambientale come criterio di valorizzazione dell'offerta. Risoluzione n. A6-0207/2006 sullo promozione del commercio equo. ...

⁸⁶ Ad esempio la legge per il biologico nelle mense. L. 23/12/1999 n. 488, art. 59 c. 4: "Per garantire la promozione della produzione agricola biologica e di qualità, le istituzioni pubbliche che gestiscono mense scolastiche ed ospedaliere prevedono nelle diete giornaliere l'utilizzazione di prodotti biologici, tipici e tradizionali nonché di quelli a denominazione protetta, tenendo conto delle linee guida e delle altre raccomandazioni dell'Istituto nazionale della nutrizione. Gli appalti pubblici di servizi relativi alla ristorazione delle istituzioni suddette sono aggiudicati ai sensi dell'articolo 23, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 17 marzo 1995, n.157, e successive modificazioni, attribuendo valore preminente all'elemento relativo alla qualità dei prodotti agricoli offerti.

pubblici; la pubblica amministrazione risponderebbe così non solo alle normative citate, ma anche alla domanda di tali beni e servizi (trend di crescita per molti imprenditori⁸⁷). Non limitandosi al rispetto delle norme comunitarie, la pubblica amministrazione dovrebbe spingere sullo sviluppo di una nuova relazione tra Istituzioni, imprese e attori della “Nuova economia”. Nell’attuale momento di crisi socio-economica si deve ripensare un modello per l’erogazione dei servizi che veda la collaborazione tra i diversi attori in un’ottica di co-produzione riorientando risorse e patrimonio pubblico per la produzione di beni comuni.

Un’altra riflessione sul ruolo della pubblica amministrazione nello sviluppo della “nuova” economia riguarda la possibilità di distribuire il reddito in modo composito (denaro, buoni di credito per beni di consumo a produzione locale, banca del tempo), pratica che contribuirebbe, a nostro avviso, ancora, a riattivare il circuito economico, a valorizzare il territorio, e a facilitare gli Enti Locali (disoccupazione, manutenzione, incentivi).

Molte sono le pratiche adottate (es: comuni virtuosi, raccolte con riciclo e riuso, mobilità sostenibile) soprattutto dagli enti locali. Di grande utilità sarebbe lo scambio di tali buone pratiche tra le diverse amministrazioni al fine di trarne vicendevoli spunti applicativi, facilitando il benessere della collettività. Auspicabile e sperato è il confronto aperto e la progettazione condivisa, presupposti base per la tenuta del tessuto reticolare all’interno del quale si relazionano i soggetti che operano nel territorio. Anche in questo caso, la partecipazione va costruita attraverso percorsi, in qualche modo, protetti, che trasmettano i concetti e che abituino alle pratiche.

Lo sviluppo di questa “nuova” economia è perfettamente coerente con i dettami costituzionali, nonché con valori quali equità, sostenibilità e tutela minoranze, e combinata con percorsi di facilitazione nell’economia locale, rappresenta una grande opportunità di sviluppo dei territori.

3.2.3. Contadinanza e territorio

Nei nostri dizionari e nel lessico comune il termine “cittadinanza” è sinonimo di diritti acquisiti, di status giuridico e sociale. Secondo la definizione del Devoto-Oli cittadinanza è il “vincolo di appartenenza a uno stato, richiesto e documentato per il godimento di diritti e l’assoggettamento a particolari oneri”. Cittadinanza attiva è la possibilità, da parte di ciascuno/a di agire responsabilmente il propri diritti personali e sociali all’interno della comunità di appartenenza. Quale comunità? Se intendiamo la città come polis il ragionamento si estende a tutti gli

⁸⁷ Rapporto ISMEA (2012). “Continua la crescita della domanda di prodotti biologici confezionati nella GDO. Nel 2011, secondo i dati del Panel delle famiglie Ismea/GFK-Eurisko, i consumi domestici sono cresciuti dell’8,9% in valore, registrando ancora un ottimo incremento...”.

insediamenti umani, ovunque dislocati, ma in questa fase, di fronte a crisi economica e disastri ambientali, per molti la “cittadinanza responsabile” sta portando ad un controesodo dalle città alle campagne. La figura dell’agricoltore, del contadino, sta tornando ad essere centrale sia come produttore di beni necessari, sia nel suo ruolo di “restauro”, salvaguardia e cura della terra.

Per tutti quelli che hanno compiuto o stanno compiendo questa scelta il termine “cittadinanza” rischia di diventare escludente, di non concepire quei tanti diritti/doveri legati proprio alla vita del contadino, alla vita della terra. Da qui il termine “contadinanza”. È questo quindi un “nuovo” atteggiamento di ritorno ad un’antica cura per il territorio attuato da una rete di soggetti attivi sul territorio nazionale come risposta rurale e reticolare all’ambiente che ci ospita, ci nutre e di cui siamo dimentichi.

Per il riconoscimento normativo delle diverse condizioni che valorizzano la terra sia come fattore di produzione (raccolgere i frutti, mantenere, salvaguardare), sia come ambiente da tramandare e luogo dove sviluppare i talenti, è in corso la redazione di una legge⁸⁸ per evidenziare queste differenze con l’agricoltura convenzionale (molto spesso solo impattante e depauperante) e che consenta di appianare le dispari opportunità. Se quindi è ipotizzabile affidare ad un approccio all’agricoltura la cura della terra, parimenti sarebbe utile poter limitare i danni che il trattamento attuale (colture intensive ed estensive) procura al territorio attraverso forme di disincentivazione, di ripianamento del danno procurato e di *peer-to-peer*.

Modalità modulari di riqualificazione del territorio potrebbero rientrare nei compiti istituzionali degli Enti Locali che sovrintendono a cura e manutenzione e che trarrebbero numerosi vantaggi formando, occupando lavoratori (occupazione, manutenzione territorio, attivazione circuiti economici, etc.) e facilitando l’avvicinamento, anziché l’allontanamento, al principio ed alla pratica di sovranità alimentare.

Anche in questo ambito, gli spazi di manovra sono innumerevoli, per qualsiasi soggetto interessato (chiunque abbia interesse per la tutela del proprio ambiente e per la produzione del cibo che consuma), riuscendo a cogliere e a valorizzare l’apporto fondamentale e ad inserire nella rete l’operato di chi, molto spesso, per necessità logistiche, tempistiche, rimane ai margini, nonostante la centralità.

⁸⁸ <http://www.civiltacontadina.it/>.

3.3 Accesso al credito

3.3.1. La filiera (corta) dell'accesso al credito

Questo nuovo soggetto economico, con il capitale di relazioni che è in grado di costruire con il suo territorio, con le reti che lo sostengono e lo accompagnano nell'accesso al mercato, è più solido e meno soggetto alle crisi, se non addirittura anticiclico?

Può in questo modo generare minori rischi per i finanziatori, traducendosi in maggiore facilità nell'accesso al credito o magari in un premio, ad esempio legato a differenti sistemi di rating, in termini di tasso di interesse?

L'esperienza storica, ma ancora viva, delle MAG⁸⁹, ripresa da esperienze come quella della Banca Popolare Etica, ma anche l'attività storicamente svolta dal sistema del Credito Cooperativo, dimostrano che le condizioni per un approccio differente al tema del credito ci sono e possono generare ancora una volta buoni risultati.

Ci sono infatti, e stanno crescendo, una pluralità di attori capaci di concedere credito anche svolgendo una funzione di accompagnamento sia rispetto al sistema tradizionale del credito, sia verso differenti forme di raccolta di fondi e/o di capitale di rischio (dall'azionariato popolare al *crowd funding*), talvolta capaci di formare/affiancare le imprese, svolgendo anche funzioni di promotori/incubatori di nuove *start-up*.

Molti di essi, e naturalmente non è un caso, sono fortemente radicati nello stesso territorio in cui operano i beneficiari del credito. Tuttavia, più in generale, tutte queste esperienze si caratterizzano non solo per l'estrema vicinanza, geografica o ideale, tra chi concede il credito e chi lo riceve, ma anche per la vicinanza e consapevolezza dei risparmiatori che chiedono (pretendono) di poter scegliere (di potere *ri-conoscere* direttamente) i soggetti sui quali il loro denaro verrà investito dall'intermediario finanziario, generando una sorta di filiera corta del credito in cui il sistema relazionale è volano ma anche strumento di reciproca garanzia.

Si tratta forse di fenomeni di nicchia, di un ristretto numero di operatori del credito che insistono su aree territoriali ristrette ed in qualche modo residuali rispetto ai numeri del sistema finanziario?

⁸⁹ Le MAG (Mutua Auto Gestione) nascono all'inizio degli anni '80 (a Verona, Venezia, Milano, Reggio Emilia, Torino); sono cooperative finanziarie che raccolgono il danaro tra i soci sotto forma di capitale sociale, per finanziare iniziative economiche autogestite.

Crediamo che già si stia coltivando un approccio contaminante per cui il *sistema* stia progressivamente seguendo un gruppo operatori, lungimiranti e di successo che stanno già finanziando l'economia civile.

3.3.2. Capitali pazienti per l'impresa di comunità

Come evidenziato dai numeri esposti nel secondo capitolo, le imprese di quest'economia sono spesso piccole e non sempre adeguatamente capitalizzate. Oltre all'accesso al credito, quindi, diviene fondamentale declinare in modo differente il tema dell'accesso al capitale di rischio, esaltando il valore del capitale relazionale, dei legami territoriali e con le comunità di riferimento.

C'è bisogno **capitali pazienti**, capitali di rischio che non pretendano né rientri in tempi brevi né grande remunerazione per quelle operazioni che, per caratteristiche o per dimensioni, non possono essere supportate da strumenti più social come *crowd funding*. Ad esempio, sul *venture capital* ci sono state esperienze in passato, c'è il lavoro delle MAG e ci sono nuove esperienze bancarie in sviluppo, come quella di Banca Etica.

Anche qui si può lavorare in modo innovativo, costruendo reti di investitori/consumatori responsabili: ci sono già esempi di successo, ad iniziare dai quasi 40mila soci di Banca Popolare Etica, ma anche i GAS, che possono diventare investitori nelle aziende di cui distribuiscono /acquistano i prodotti.

3.4 Marchio e sistemi di garanzia e certificazione

Come garantire ai consumatori che un determinato prodotto/servizio sia stato realizzato nel rispetto di un sistema di principi di sostenibilità?

Come garantire visibilità sul mercato a chi produce responsabilmente?

Come orientare il consumatore?

Come garantire ai produttori che rispettano questi principi una corsia preferenziale per l'accesso al mercato e nello stesso tempo una equa distribuzione della catena del valore che consenta loro di percepire un compenso equo?

Come limitare opportunismi e conversioni dell'ultimo minuto?

A queste domande possono rispondere politiche di **marchio** e sistemi di **certificazione** che ne garantiscano il rispetto dei protocolli di applicazione.

Il *Commercio Equo* garantisce differenti e migliori condizioni di accesso al mercato per i prodotti provenienti dalle aree più povere del pianeta. In questo

sistema, un *marchio*⁹⁰ accompagna il prodotto e rappresenta l'elemento riconoscibile da parte del consumatore della diversità di quel prodotto rispetto a quelli che lo affiancano, provenienti da filiere tradizionali. Allo stesso tempo un ente (prevalentemente terzo) *certifica*⁹¹ il rispetto di un sistema di principi in tutti i passaggi della filiera (dal produttore all'importatore/trasformatore che immette il prodotto nel mercato).

Uno dei temi centrali del *Commercio Equo* è la definizione del prezzo minimo (*Fairtrade price*) o, più in generale, dell'attenzione al prezzo riconosciuto al produttore rispetto alla complessiva catena del prodotto (soprattutto agroalimentare).

Analogamente a quanto accade nel Sud del Mondo, spesso ci troviamo anche da noi in presenza di una catena del valore distorta per cui ai produttori (soprattutto nel caso dell'agroalimentare, ma non solo) viene riconosciuto un prezzo che non solo non è sufficiente a garantire un giusto reddito, ma disconosce il valore stesso della produzione⁹². Anche per questo sempre più spesso si parla dell'esigenza di costruire (o dare visibilità) a sistemi definiti di *local fairtrade* o di *domestic fairtrade*, applicando quindi su scala locale i principi del commercio equo.

Un altro esempio è rappresentato dal marchio del prodotto agroalimentare **biologico**: il più grande successo (almeno in termini di volumi di fatturato) tra i sistemi di *alternative labelling*. Un complesso sistema di certificazioni, di certificatori e di controlli, normato a livello nazionale e comunitario, è posto a presidio del rispetto delle (rigide) normative che definiscono a quali condizioni un prodotto agricolo passa definirsi biologico e possa quindi fregiarsi del relativo marchio.

Più specificatamente italiano è il marchio **Libera Terra** che identifica i prodotti agroalimentari di un gruppo di cooperative sociali che coltivano terreni confiscati alla mafia. Tali cooperative sono riunite in un consorzio⁹³ al quale conferiscono il prodotto agricolo, che ne cura l'eventuale trasformazione e la distribuzione nella tradizionale rete di vendita. Per le singole cooperative, l'adesione al *disciplinare*

⁹⁰ In Italia i marchi più diffusi sono quelli gestiti da Fairtrade Italia (che dal 1994 rappresenta in Italia Fairtrade International e il marchio di certificazione FAIRTRADE, diffuso in oltre 20 paesi nel mondo) e quello di CTM-Altromercato.

⁹¹ Nel caso del marchio Fairtrade, un unico soggetto internazionale (FLO-Cert) svolge le funzioni di certificazione per tutte le iniziative nazionali.

⁹² Si consideri che ai contadini italiani va meno di un quinto del prezzo pagato dal consumatore.

⁹³ LTM – Libera Terra Mediterraneo (www.liberaterramediterraneo.it).

di Libera Terra e ai principi, etici e culturali, alla base del progetto, sono condizione determinante per poter far parte della rete.

Gli obiettivi comuni di questi sistemi di marchio/certificazione possono essere identificati nella capacità di:

- aiutare a innescare nuovi percorsi virtuosi (contaminazione/emulazione);
- facilitare l'accesso al mercato (sia per i produttori che per gli altri soggetti della filiera);
- comunicare ai consumatori i valori sottesi al prodotto.

Vi è tuttavia il rischio che questi marchi possano sovrapporsi, o peggio mettersi in concorrenza tra loro e che un marchio nuovo (oppure "ancora un altro marchio") si scontri con chi sta già facendo cose simili.

Sul tema della certificazione sono possibili approcci sistematici, come ad esempio quelli citati del Biologico o del commercio equo a marchio Fairtrade, ma anche approcci meno rigidi e normati che costruiscano percorsi semplici, contenendo nella misura minima possibile l'appesantimento burocratico: esempio di ciò sono i **Sistemi di Garanzia Partecipata** che vengono utilizzati tra GAS di territori diversi e in modalità di fare mercato (Genuino Clandestino) per accreditare operatori non conosciuti e non controllabili direttamente perché geograficamente distanti. Infatti, in un sistema in cui prevalente importanza hanno le relazioni, anche le informazioni relative ai prodotti ed ai processi che vi sono inseriti, possono rifarsi a questo presupposto, andando a costruire una diversa modalità di conoscere e far conoscere, riducendo anche la dicotomia che separa la vendita dall'acquisto, la produzione dal prodotto ed i produttori dai consumatori.

Il Sistema di Garanzia Partecipata è basato sulla fiducia dell'approccio (basato sui valori sopra indicati) che alcuni soggetti hanno nel relazionarsi con altri soggetti fornitori di beni e servizi che si vogliono acquisire. Appiattendo quindi le distanze che rendono impraticabile la conoscenza di chi produce e di come produce, i GAS ed i produttori nei mercati hanno adottato questo sistema, in parte come modalità "snella" di burocrazia, in parte come superamento del processo di accreditamento/riconoscimento per accogliere nuovi fornitori. I GAS, infatti, scelgono di fornirsi dai produttori cui attribuiscono stima, con i quali hanno relazioni personali, cui aggiungono visite in azienda, tutto collegato ad un controllo reticolare sul territorio. Ne consegue che le lenti per conoscere e monitorare, se condivise, possono superare le distanze ed essere messe al servizio di tanti. Nasce e si sviluppa così questo sistema, attraverso il controllo incrociato dei soggetti interessati, che consente di inserire e mantenere, o anche aiutare a formare/reindirizzare le parti contraenti.

Con questa modalità, oltre al risparmio generato dal non dover assolvere pratiche burocratiche, la conoscenza diretta si sostituisce a spersonalizzati funzionari che certificano risultati di indagini svolte per conto di soggetti con i quali si possono innescare pericolosi conflitti di interessi.

3.5. Percorsi culturali di apprendimento e di approfondimento

Come già accennato nell'introduzione al presente capitolo, i frame culturali, i valori assunti, le nostre mappe concettuali di riferimento, influenzano i nostri modi di agire che, a loro volta, come risultato dei nostri comportamenti personali e collettivi, determinano le variabili economiche.

Se vogliamo una società che individui come valori di riferimento persona, onestà, giustizia, lavoro, reciprocità, dono, fraternità, bene comune e rispetto (come effettivamente la vogliono gli italiani secondo l'ultimo sondaggio SWG sul clima del Paese⁹⁴), si devono realizzare percorsi diffusi e permanenti che rendano possibile un cambiamento di paradigma anche in campo economico. La diffusione capillare può innescare un processo "virale" di educazione ai valori di un'economia "altra" e promuovere un progetto culturale in campo economico capace di generare vero benessere delle persone e della società.

Questo può rappresentare anche un nostro contributo di cultura economica ad una Europa che lotta e fatica per trovare nuove vie di benessere sociale ed economico e di coesione.

3.5.1 Diffusione di una "nuova" economia

In un'ottica di sviluppo di questa "nuova" economia, crediamo che possa essere importante realizzare percorsi formativi a partire dalle scuole primarie che educino alla valorizzazione:

- delle motivazioni intrinseche;
- delle relazioni interpersonali, della reciprocità e della fraternità;
- del bene comune e della gratuità.
- Tali percorsi si potrebbero costruire attraverso moduli di intervento che utilizzano tecniche di apprendimento efficaci e creative che spaziano in vari ambiti, unitamente a strumenti che facilitino un'ulteriore diffusione,

⁹⁴ Dati archivio SWG 9-11/04/2013, sondaggio CATI su campione rappresentativo nazionale di 1500 soggetti maggiorenti.

consentendo di ricostruire concetti e valori, rispetto alle modalità classiche, per poter applicare quanto proposto nei capitoli precedenti.

Altri strumenti (mostre itineranti, convegni, pubblicazioni, ...) potrebbero fornire ancora il contatto con persone che, qualora sensibilizzate, potrebbero abbracciare le modalità proposte.

3.5.2 Diffusione tra imprenditori, dirigenti pubblici e privati, responsabili di organizzazioni e di progetti

Infine, ma non ultimo, è certamente necessario offrire una formazione indirizzata ad imprenditori, dirigenti e lavoratori, ma anche a studenti che stanno per affrontare il mondo del lavoro, che permetta di individuare cosa significa fare impresa dal punto di vista della “Nuova Economia”, nella teoria e nella pratica, e offra riferimenti concreti, metodi e strumenti per essere un imprenditore o un collaboratore che contribuisce alla realizzazione del bene comune.

Occorre far conoscere l'esistenza ed il funzionamento di modelli economici che generano valore economico e sociale sostenibile, dove si sperimentano e si vivono relazioni all'interno dell'impresa, nelle organizzazioni e nelle reti che coniugano valori con decisioni, organizzazione con relazionalità e reciprocità.

Formazione e sperimentazione vanno condivise e vissute in luoghi dove confrontarsi, apprendere, studiare e approfondire i temi e le esperienze e dove la teoria e la prassi sono messe a sistema e offerte all'apprendimento dei decisori del mondo economico e civile. Luoghi che non sono solo un'opportunità formativa che vuole incidere nella quotidianità e nelle prospettive, ma che sanno anche cogliere i bisogni che emergono dal mercato e dalle persone e anticipare bisogni futuri⁹⁵.

3.5.3 Un nuovo approccio informativo

Una diversa modalità di informare rispetto ai propri percorsi e proposte, inteso anche come pubblicizzazione o informazioni rese pubbliche sarà imprescindibile se si vorrà incidere sui meccanismi attuali e produrre informazioni che siano capaci di rendere il fruitore delle stesse informazioni, consapevole delle proprie

⁹⁵ Tra questi luoghi, che per alcuni aspetti già esistono nelle esperienze della Nuova Economia, durante il nostro percorso abbiamo incontrato in particolare la Scuola di Economia Civile Srl (Incisa in val d'Arno – FI – www.scuoladieconomicocivile.it) che, attraverso corsi e seminari, mira a diffondere nel mercato, nelle organizzazioni, con una particolare attenzione agli imprenditori e ai dirigenti d'impresa, e nella scuola il paradigma relazionale dell'economia civile, centrato sull'idea di persona che promuove efficienza, equità, fraternità e bene comune.

scelte, ed in grado pertanto di poter scegliere la soluzione che meglio si attaglia alle proprie esigenze.

In sostanza, percorsi di **trasparenza**, attraverso cui possa essere valorizzato l'essere piuttosto che l'apparire e che constano, necessariamente, della modifica delle aspettative di entrambe le parti interessate, i produttori ed i fruitori della pubblicità.

3.6. Le nostre dimensioni: interiore e glocale

Interiore

Questo percorso nasce e continua guidato dal bi-sogno di vivere una quotidianità, che sia come minimo sia soddisfacente, che ci consenta di raggiungere traguardi che permettono di soddisfare bisogni e realizzare sogni, che arricchiscano di energia e stimoli, capaci di generare futuro (o motori di futuro).

Nasce dalla necessità di avvicinare le scelte che compiamo con quelle che premono dentro di noi, dal ridurre la dicotomia, sempre meno sostenibile, tra ciò a cui ambiremmo e ciò di cui dobbiamo accontentarci; dalla necessità che le tante significative pratiche esistenti sul territorio si diffondano e si connettano, e ci dimostrino come sia reale, oltre il possibile, una “nuova” economia. dove la valorizzazione dei talenti sia uno dei fattori più importanti per riscrivere la un capitolo di quotidianità.

G-locale

Abbiamo provato a declinare le nostre parole-chiave nella concretezza di condizioni di vita e di lavoro quotidiane. Ma abbiamo anche detto che i nostri riferimenti ci impongono un “andare oltre”, uno sguardo lungo, progettuale. Se qualcuno volesse accusarci di provincialismo, deve sapere che il nostro approccio è glocale. Siamo tutti soggetti (come tutti quelli che abbiamo incontrato) “con i piedi per terra”. Le radici sono nei territori dove ciascuno è nato ma, in questa fase si stanno diffondendo rapidamente e le nostre pratiche si intrecciano e hanno imparato a confrontarsi quotidianamente con dimensioni internazionali: con le realtà italiane ed europee dell'economia sociale e solidale, con le esperienze internazionali di finanza etica, con le esperienze di economia solidale dell'America Latina.

Guardano a tutto questo con la speranza e la convinzione che anche l'Europa, da coordinamento di mercati e di monete, possa diventare davvero comunità di persone inserite in contesti locali, territoriali.

3.7 Oltre le idee e le buone pratiche

“Inventare il futuro è il miglior modo per prevederlo” scriveva Peter Drucker. Questa è la grande sfida che hanno raccolto gli attori economici e tutte le persone che abbiamo incontrato durante il nostro viaggio: ri-costruire il futuro qui ed ora.

Non è semplice reazione alla crisi attuale e al sistema di disvalori che la alimenta, ma necessità di testimoniare che il soggetto attivo della nostra storia non è un consumatore o un homo economicus, ma la persona i cui bisogni si chiamano felicità, speranza capace di futuro, fraternità.

Non è una utopia, perché i luoghi esistono, abitati da persone diverse e variegata, animate da una passione comune: ri-dare senso e dignità alla vita di ciascuno ponendo le condizioni e sostenendo le azioni che generano comunità sostanziate di relazioni e reciprocità, dove ciascuno, per la sua parte, è ingaggiato nella costruzione del bene comune.

È sviluppo, evoluzione dalla società degli individui a quella delle persone, che sanno guardare e vedere strade e possibilità di ricercare il proprio interesse insieme a quello degli altri, per un futuro, già e non ancora, di bene comune.

Bibliografia

D. Acemoglu, J. Robinson (2012) **“Perché le nazioni falliscono. Alle origini di potenza, prosperità e povertà”**, Il Saggiatore, collana “La cultura”

D. Antiseri, G. Panizza (2012) **“Il dono e lo scambio”**, Rubbettino Editore

Becchetti, L. (2009) **“Oltre l’omo oeconomicus. Felicità, responsabilità, economia delle relazioni”**, Città Nuova

J. Bentham (1988) **“A fragment on government”**, Ross Harrison

L. Bruni (2012) **“Le prime radici”**, Il margine

L. Bruni (2006) **“Reciprocità”**, Mondadori

L. Bruni, S. Zamagni (2009) **“Dizionario di Economia civile”**, Città Nuova Editrice

L. Bruni, S. Zamagni (2004) **“Economia civile. Efficienza, equità, felicità pubblica”**, Il Mulino, collana “Saggi”

Camera di Commercio di Reggio Emilia (2010) **“I livelli di cambiamento. Le dinamiche sociali ed economiche viste da una differente prospettiva”**, disponibile al seguente link: http://www.starnet.unioncamere.it/l-livelli-di-cambiamento_7A4582B266C462

L. Ciotti, **“L’elenco sul significato di legalità”**, disponibile al seguente link: www.libera.it

De Biase, L. (2007) **“Economia della Felicità”**, Feltrinelli

Fondazione Censis (2012) **“Primo rapporto sulla cooperazione in Italia”**

C. Gide (1953) **“Il cooperativismo”**, Edizioni de “La Rivista della Cooperazione”

A. Genovesi (1765) **“Lezioni di commercio o sia di economia civile”**

T. Hobbes (2011) **“Leviatano”**, BUR Biblioteca Universale Rizzoli

Impronta Etica, SCS Consulting, (2012) **“Il contributo dell’impresa responsabile alla creazione di valore per il territorio”**, disponibile al seguente link: <http://www.improntaetica.org/file/docs/impresa%20responsabile%20alta%20totale.pdf>

Ismea (2013) **“10° Rapporto sulle produzioni agroalimentari italiane DOP IGP STG 2012”**

Istat (2013) **“9° Censimento dell’industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni non profit. Primi risultati”**

M. Jensen (2001) **“Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function”**, European Financial Management Review n°7

M. R. Kramer, M. E. Porter (2011) **“Creating Shared Value,”** in Harvard Business Review, January-February

M. Lippi Bruni, S. Rago, C. Ugolini (2012) **“Il ruolo delle mutue sanitarie integrative. Le Società di Mutuo Soccorso nella costruzione del nuovo welfare di comunità”**, Il Mulino

E. A. Mance (2010) **“Organizzare reti di economia solidale”**, Edup-Solidarius Italia

E. A. Mance (2006) **“La rivoluzione delle reti”**, Emi

E. A. Mance (2006) **“Fame zero- Il contributo dell’economia solidale”**, Emi

F. Marzocchi (2012) **“Storia tascabile della cooperazione sociale in Italia”**, Aiccon, I quaderni dell’Economia Civile

A. McCall Smith (2003) **“Le lacrime della giraffa”**, Guanda

L. R. Migliaro (2004) **“Le dieci strade dell’economia di solidarietà”**, Emi

A. Olivetti (a cura di A. Saibene) (2013) **“Il mondo che nasce”**, Edizioni di Comunità

F. Peraro, G. Vecchiato (a cura di) (2007) **“Responsabilità Sociale del territorio. Manuale operativo di sviluppo sostenibile e best practices”**, Franco Angeli

G. Parolin (2010) **“Le parole dell’Economia Civile”**, disponibile al seguente link: http://www.caritas.vicenza.it/contentimages/15/slide_parolin_30_1_2010.pdf

Programma “Rete rurale nazionale 2007-2013” (2012) **“Bioreport 2012. L’agricoltura biologica in Italia”**, disponibile al seguente link: <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/9910>

F. R. Rinaldi, S. Testa (2013) **“L’impresa moda responsabile. Integrare estetica ed etica”**, Egea.

A. Rosina (2013) **“L’Italia che non cresce. Gli alibi di un paese immobile”**, Edizioni Laterza

M. Ruisi (1999) **“La genesi d’impresa per gemmazione. Per un’analisi del processo che preordina la nascita di nuove imprese con particolare riferimento a talune modalità gemmatorie”**

J. A. Schumpeter (1912) **“Teoria dello sviluppo economico”**

A. Smith (1759) **“Theory of Moral Sentiments”**

W. Staudacher, **“L’economia sociale di mercato: un modello per il futuro?”**, disponibile al seguente link:
http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/rom/Handbuch_IV_7_it.pdf

Venturi P., Zandonai F. (a cura di) (2012) **“L’impresa sociale in Italia. Pluralità dei modelli e contributo alla ripresa”**, Rapporto Iris Network, edizioni Altreconomia

