IL DONO DELLA SINTESI:
Profit e Non-Profit: convergenze e contaminazioni

IL QUINTO AMPLIAMENTO

“

Vogliamo unire le **imprese** in cammino
verso nuovi orizzonti, aiutandole a
crescere e migliorarsi.
Vogliamo coinvolgerle nella costruzione
di un **mondo nuovo.**
Più giusto, più ricco, più bello.

INDICE

Tavoli del 30 Novembre 2019

1.
TAVOLO DELLA STRATEGIA
Costruire un terreno condiviso
I migliori modelli di collaborazione
La sintesi dei modelli

2.
TAVOLO DELLA CULTURA
Profit non profit: la Cultura come "traduttore"

3.
TAVOLO DELL'AMBIENTE

“

La ricchezza di pensare diversamente. Ricostruire il ruolo dell’impresa è un’impresa. Civile.

IL QUINTO AMPLIAMENTO

1. TAVOLO DELLA STRATEGIA

Costruire un terreno condiviso

Il tavolo 1 si è cimentato su un tema molto rilevante, cioè ha cercato di individuare quelli che oggi sono gli ostacoli sul percorso di una collaborazione efficace tra il mondo profit e non profit; ostacoli e vincoli da trasformare in punti di attenzione e da gestire in modo da allestire le premesse per una buona collaborazione.

Le parti si sono trovate d'accordo nel sottolineare come il processo da innescare sia un processo che richiede tempo e pazienza per superare la distanza oggi determinata da approcci diversi e diffidenza reciproca. I crescenti vincoli finanziari sono una forte spinta verso una collaborazione che generi impatto sociale e ambientale. I due mondi sono oggettivamente molto diversi; il **profit** ha un forte orientamento verso i risultati misurabili, crede nel talento e nel merito; il **non profit** a sua volta si focalizza sull'ultimo, sui soggetti problematici, crede fermamente che la diversità, anche la disabilità siano un valore con molte potenzialità nel momento in cui gli si permette di esprimersi. Entrambi stanno sempre più, progressivamente, portando al centro della loro azione l'uomo, la persona, la comunità. E il profit affronta la sfida di allargare il proprio scopo e motivo di esistenza a concetti di bene comune, di etica efficace come premessa necessaria alla propria sostenibilità.

La definizione di profit e non profit è anche una fuorviante generalizzazione, poiché i due mondi sono tutto tranne che omogenei al loro interno.

Entrambe le parti sono anche consapevoli che ci sono spazi da colmare e approcci da migliorare:

- Il **linguaggio** utilizzato, ancora oggi molto diverso e che genera incomprensioni ed equivoci
- La **crescita professionale** del non profit (managerialità, ruoli e responsabilità, organizzazione)
- Un **approccio genuino** che non veda mai la controparte come subalterna, ma in una logica democratica ed equa
- L'identificazione di **obiettivi condivisi** che siano sintesi dei temi della restituzione, del dono gratuito, della creazione di valore sociale, dell'etica, della responsabilità, della solidarietà, dell'assistenza
- Rispetto della differenza dei due soggetti, per non intaccare la propria reciproca **identità**
- Sradicare ovunque possibile la cultura dell'assistenzialismo

In questa logica si è immaginato anche che possa esserci spazio per delle nuove figure che abbiano il ruolo di **facilitare le relazioni**, per convertire il dialogo in obiettivi condivisi e strategie win-win.

Si immagina quindi un processo che parte dal basso, dai **territori**, dove la dimensione relazionale giochi un ruolo fondamentale e determini quello sforzo iniziale necessario ad innescare la conoscenza reciproca. Le fasi del dialogo dovrebbero iniziare con la condivisione degli obiettivi, individuazione del percorso e degli strumenti per poi intercettare i soggetti abilitanti che permettano di raggiungere i punti di approdo definiti all'inizio.

Una criticità sicuramente è rappresentata dal ruolo delle Istituzioni pubbliche che dovrebbero evolvere al fine di saper gestire, coordinare e indirizzare le energie positive dei territori.

I migliori modelli di collaborazione

Una delle domande poste al tavolo dedicato alla *strategia alla base delle collaborazioni tra mondo profit e non profit* rifletteva sugli effetti tangibili che potrebbero essere prodotti nei territori qualora si realizzasse una buona collaborazione tra i due mondi.

Interessante evidenziare come l'orizzonte di programmazione proposto di 5 anni sia risultato soddisfacente per il mondo profit mentre, al contrario, non sufficiente per il mondo non profit. Si è pertanto optato per identificare effetti di breve (indicativamente 1-2 anni), medio (indicativamente 5 anni) e lungo periodo (indicativamente 10-15 anni).

I partecipanti hanno concordato sulla preminenza di effetti di natura partecipativa e di condivisione per quanto riguarda il **breve termine**. Infatti, qualora la collaborazione tra profit e non profit risultasse efficace, verrebbero a crearsi opportunità di maggiore consapevolezza non solo per i due rispettivi attori, grazie alle buone pratiche emulative per gli uni e per gli altri, ma anche per le comunità locali, grazie ad una **sana e virtuosa competizione**. In particolare, gli enti non profit avrebbero accesso a competenze di natura gestionale, grazie ai modelli traslati dal mondo profit; a loro volta, le aziende profit potrebbero contare su più dirette capacità di analisi e di lettura dei bisogni dei territori in cui operano. Da ciò risulterebbero quindi comportamenti virtuosi, obiettivi condivisi e una più naturale attività di coprogettazione, con il fine di valorizzare il patrimonio e il territorio e creare opportunità diffuse. Per procedere in questa direzione sarà fondamentale promuovere attività di **advocacy** verso le Istituzioni affinché gli strumenti giuridici siano abilitanti e non ostativi.

Per quanto riguarda il **medio termine**, gli effetti prodotti risulterebbero come un primo cambiamento effettivo sia per il profit che per il non profit. In particolare, le imprese potrebbero riscoprire il proprio intimo perché, e quindi il fine più alto che guida le loro azioni, ottenendo allo stesso tempo un clima aziendale più positivo e motivato. Gli enti non profit, invece, potrebbero imparare a dare una direzione strategica alla loro buona etica.

Da una collaborazione efficace nascerebbe nel medio termine un **valore tangibile**, sia economico che sociale capace di motivare le persone, che devono tornare ad essere al centro di ogni progettualità; di sensibilizzare i consumatori e in generale i cittadini, che andranno a premiare le organizzazioni virtuose con le proprie scelte di consumo; di operare una selezione naturale dei progetti, si sosterranno da soli quei progetti realmente capaci di rispondere a bisogni reali.

Si otterrebbero poi maggiori possibilità di raggiungere, costruire e consolidare **reti capillari e forti sul territorio**, in grado di generare impatti diretti e in grado di trasmettere un reale senso di proprietà rispetto ai singoli progetti, generando un senso di responsabilità individuale e condivisa. Grazie a tali collaborazioni, inoltre, si potrebbe dissuadere il c.d. fenomeno del free riding, che logora la possibilità di utilizzare efficacemente le risorse a disposizione: limitando tali comportamenti scorretti si andrebbe dunque a liberare risorse da destinare ai progetti, in essere o futuri.

Infine, nel **lungo temine**, la direzione è quella della completa fusione tra i due mondi. Si arriva pertanto a un'integrazione volta alla costruzione del bene comune e alla condivisione dei risultati economici e sociali. Un tessuto economico più integrato, infatti, garantisce una gestione più efficace del bene comune, grazie anche al migliore utilizzo delle risorse a disposizione. L'effetto di maggior impatto che si può ottenere nel lungo periodo è proprio il **superamento della divisione tra i due mondi**, e la conseguente creazione di un sistema che culturalmente possa essere inteso come unico: così, tutte le imprese devono essere sociali.

Nel breve come nel medio e lungo termine è risultato centrale l'investimento di tempo e risorse nel coinvolgimento dei cittadini e nel racconto delle buone pratiche. In particolare, è stato sottolineato il ruolo delle nuove generazioni, in quanto da esse si origina la speranza: ciò si declina nella necessità di andare nelle scuole per raccontare la buona riuscita delle collaborazioni e le relative progettualità in modo tale da coinvolgere i ragazzi e spingerli a portare avanti i valori intrinseci non ancora contaminati dall'esterno.

La sintesi dei modelli

L'economia ha sempre oscillato tra due grandi paradigmi: quello della mano invisibile proposto da Adam Smith - il capitalismo che mette in relazione domanda e offerta - e quello dell'economia dell'intervento pubblico - proposto da Keynes – dove le risorse pubbliche orientano visioni, previsioni, preferenze del mercato.

Questi due paradigmi hanno accompagnato tutto il dibattito pubblico del '900 non tenendo in considerazione due temi piuttosto importanti:

- le **risorse umane**, sociali e ambientali non sono infinite;
- di **capitali** ce ne sono tanti, non esiste solo quello economico.

Se l'obiettivo dell'economia è moltiplicare il capitale, occorre chiederci che posto diamo all'umano e al capitale sociale.

Questo tema, una volta marginale, diventa ora una priorità con l'emergere di nuovi bisogni sociali e con le sfide ai modelli di sviluppo poste dagli SDGs (Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile approvata nel 2015 dalle Nazioni Unite con la definizione dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile - SDGs - per il 2030).

In questo ambito le organizzazioni economiche acquisiscono un ruolo centrale e gli obiettivi sono la bussola per **orientarne lo sviluppo**.

Sono le imprese quindi che possono rispondere a bisogni e sfide emergenti: imprese sociali e imprese orientate al profitto che insieme hanno la potenzialità di creare imprese ad impatto sociale per individuare soluzioni innovative ai grandi bisogni: lavoro dignitoso, nuovi servizi pubblici, riduzione delle diseguaglianze di opportunità. Rispetto a questa ultima questione, il tema dell'impatto diventa fondamentale grazie alla sua capacità di concentrare tecnologia, capitale umano, capitale sociale e diffusione territoriale.

Occorre quindi creare una nuova infrastruttura di imprese capaci di generare e re-distribuire ricchezza, per generare ricchezza comune.

Per ricchezza comune, secondo una definizione del *Forum delle Diseguaglianze* e *Diversità*, si intendono i servizi pubblici (asili nido, servizi per l'infanzia, scuole, servizi sanitari, servizi di mobilità, biblioteche, servizi culturali etc.), i parchi e le aree verdi, gli spazi comuni (es. piazze) e i luoghi di aggregazione, la qualità e salubrità dell'ambiente (aria, rumore, acqua, modalità della mobilità…). Le disuguaglianze relative alla ricchezza comune riguardano la possibilità delle persone di accedere a questa ricchezza: per mancanza di questi beni; per la loro inaccessibilità; per lo stato di conservazione ovvero qualità dei servizi offerti; per la loro effettiva fruibilità.

La contrazione dell'industria tradizionale, infrastruttura che è sempre stata capace di generare e re-distribuire ricchezza (l'esempio olivettiano è il più limpido in tal senso), ha portato grandi imprese *knowledge intensive* ad appropriarsi della conoscenza e la triade tecnologia, mercato e capitalismo tradizionale hanno aumentato le disparità territoriali, portando le ricchezze a concentrarsi solo nelle aree urbane, soprattutto quelle del nord.

Come è possibile una distribuzione più efficace e più equa della ricchezza?

È possibile se il ragionamento sull'**impatto** diventa comune e se si considera valore non solo quanto è tangibile ma anche ciò che è intangibile.

Tra le risorse intangibili, rientra il **capitale umano**: secondo l'OCSE, *"l'insieme delle conoscenze, delle abilità, delle competenze delle persone che facilitano la creazione di benessere personale, sociale ed economico"*. Il capitale umano è una risorsa chiave, per lo sviluppo di una organizzazione, di un territorio, di un Paese. Insieme al capitale umano, agisce il **capitale sociale**: *l'insieme delle reti informali di relazione che sostengono il funzionamento del sistema produttivo insieme alle istituzioni formali.* Con capitale sociale si pone l'accento sulle capacità relazionali, sulle capacità interpersonali e lavorative per il raggiungimento di un proprio obiettivo. Per capitale sociale si intende anche il senso civico, la fiducia nelle istituzioni e nelle regole sociali nella propria comunità.

Capitale umano e capitale sociale sono co-essenziali e insieme producono **coesione sociale**. Le imprese ad impatto che mettono al centro il capitale umano, sociale e la diffusione territoriale hanno la possibilità di giocare un ruolo importante per sviluppare nuove politiche di innovazione e per presidiare il territorio con risposte ai nuovi bisogni sociali che sono più complessi di quelli che tradizionalmente si conoscono.

Alcuni temi caldi rispetto all'incontro tra profit e no profit sul terreno sociale:

1. **L'attenzione ai contesti:** le variabili di contesto sono sistematicamente ignorate dall'economia mainstream e dalla finanza. Se vogliamo che tra sociale ed economico scocchi la scintilla che fa la differenza, è necessario che si diventi capaci non solo di cercare modelli vincenti ma di fare analisi di contesto azzeccate per individuare come, dove, con chi poter sviluppare alleanze capaci di produrre effetti significativi in un territorio.
2. **Dalla rete al sistema:** quando si parla di alleanza non si vuole solo incentivare il lavoro di rete ma creare nuovi sistemi di funzionamento in grado di produrre effetti profondi e duraturi in un ambito di riferimento. Si tratta pertanto di fondare i propri interventi sul concetto di impatto collettivo: sviluppare quindi collaborazioni tra attori diversi per definire una agenda comune che contiene tempi e modi condivisi per risolvere problemi sociali.
3. **La capacità di individuare i capitali adatti ai progetti e ai territori:** una strada da imboccare per produrre sviluppo equo è rappresentato da quella che in gergo viene chiamata la Blended Finance, che è rappresentata dalla capacità di mixare capitali per lo sviluppo locale. È una "finanza mista" che prevede un mix di capitale pubblico e privato che potrebbe portare risorse addizionali per i territori (si veda anche l'esperienza della Strategia delle Aree interne).
4. **Non tutti i capitali vanno bene: sull'eticità dei capitali.** Diventa centrale la provenienza e il modo di usare i fondi della finanza: occorre quindi assicurarsi che i capitali che intervengono in processi di innovazione adottino criteri ESGs (environmental, social and governance che rispondono a una determinata serie di requisiti) nell'individuazione dei progetti d'investimento.
5. **Il fattore tempo:** se davvero intendiamo sviluppare incontri inediti è cruciale il fattore tempo. Darsi tempi, spazi adeguati, modi adeguati perché l'incontro sia fecondo e produca risultati efficaci sul breve, medio e lungo termine. L'innovazione non è solo questione di velocità ma anche di profondità.

Una proposta: i laboratori territoriali delle comunità concrete. Un possibile contributo di Quinto Ampliamento.

Crediamo che l'incontro tra profit e no profit possa dare vita a risultati davvero inattesi.
Occorre però uscire dalla retorica dell'innovazione ed essere estremamente operativi: analizzare contesti, co-progettare iniziative, valutare e sviluppare pratiche locali che abbiano la potenzialità di diventare progetti robusti, di re-immaginare nuove possibilità, fare esperienza di nuove forme di responsabilità per far sì che la costruzione di condizioni di benessere per gli abitanti di un luogo diventi preoccupazione comune.

Solo così si fa strada l'idea di un nuovo tipo di **comunità aperta, generosa, centrata su ciò che è comune**, attenta alla creazione di nuovi beni che possono diventare patrimonio collettivo. È questo modo di concepire la comunità che mette le basi di una società civile rispettosa della dignità, dei diritti e della libertà di scelta delle persone. Una società che trova coesione nell'impegno a costruire il bene comune.

L'incontro tra mondo profit e no profit può avvenire davvero solo fuori dagli incubatori e fuori dalle logiche della finanza che si preoccupano di implementare iniziative e programmi top down. Solo attraverso la capacità e la pazienza di ridisegnare un progetto condiviso, è possibile dare vita a qualcosa di davvero nuovo per aprire la strada a comunità concrete in cui si realizzano coralità produttive che fanno la differenza.
Il luogo privilegiato è il territorio e la scintilla è l'amore e la passione per esso. Solo attraverso **luoghi** e **coscienze di luogo** sarà possibile dare corpo a progetti imprenditoriali visionari e lungimiranti che puntano su nuovi scambi, nuovo utilizzo delle risorse e sviluppo di nuove competenze che diventano eccellenze.

Può l'industria darsi dei fini?
Si trovano questi semplicemente nell'indice dei profitti?
Non vi è al di là del ritmo apparente qualcosa di più affascinante,
una destinazione, una vocazione anche nella vita di una fabbrica?

ADRIANO OLIVETTI

2. TAVOLO DELLA CULTURA

Profit non profit: la Cultura come "traduttore"

Le considerazioni maturate nel corso dello scorso anno, e pubblicate sul primo Quaderno di Quinto Ampliamento, riguardavano il rapporto fra cultura e impresa e ritornano in parte nel tema di quest'anno 2019. Durante i lavori sono emerse considerazioni, idee, suggerimenti che – al vaglio di quanto scritto per l'edizione passata – possono ritenersi in esso pienamente anticipate ed espresse.

Quanto segue tenta, invece, di procedere da quanto già sedimentato per riconoscere, se c'è, quale ruolo possano avere figure e strumenti culturali nel fenomeno di ibridazione in atto fra mondo profit e mondo non profit.

Se l'economia civile può diventare paradigma privilegiato di sviluppo (pubblico/privato/società), questo non può che avvenire attraverso un rinnovamento degli orizzonti e una migliore convivenza fra organismi diversi all'interno degli ecosistemi sociali.

Non a caso, tutti i partecipanti al tavolo – professionisti provenienti da un panorama eterogeneo di realtà aziendali, associazionistiche, cooperative che abbracciano principi e valori dell'economia civile – si sono dimostrati concordi nel ritenere che dallo scambio di competenze e sensibilità fra i "due mondi" possano scaturire occasioni reciproche di miglioramento. Tanto più in un mondo che sembra chiedere sempre più insistentemente, da una parte, sensibilità sociale e ambientale a chi produce beni e servizi dentro al mercato; dall'altra, efficienza e capacità di innovazione a chi opera al di fuori di esso.

Segnale di questa disponibilità allo scambio è senz'altro l'idea, emersa sin dalle prime battute, che la cultura – come complesso di conoscenze, abilità, strumenti, figure – sia da intendersi in questo discorso in quanto vera e propria **"infrastruttura culturale",** indispensabile ponte immateriale in grado di avvicinare organizzazioni diverse e che portano ancora evidenti segni antropologici di questa diversità.

Fra le varie definizioni, quella di infrastruttura culturale ci pare particolarmente efficace e la manterremo nel corso di questo documento, considerandola dunque in quanto vero e proprio lascito creativo, concetto interessante e fecondo del tavolo di Quinto Ampliamento.

Se l'ibridazione sta avvenendo, se si stanno superando barriere (anche giuridico amministrative), restano comunque resistenze, diffidenze reciproche, abitudini ingombranti che rischiano di rallentare e talvolta disinnescare questo processo.

In estrema sintesi, ecco cosa può portare il mondo non profit a quello profit...

- **Ispirazione:** una migliore conoscenza delle emergenze sociali di una comunità (indispensabile, per esempio, all'azienda che vuole incidere positivamente sul territorio attraverso una o più iniziative)
- **Epica del lavoro:** l'azienda che scopre o rafforza il suo ruolo sociale, dando risposte ai problemi sociali o alle domande culturali che tradizionalmente sono di competenza del mondo non profit, e in definitiva alleandosi con esso, conferisce al lavoro che la attraversa un significato più ampio e motivazioni più profonde. Trascendendo sé stessa, contribuisce a migliorare il mondo imprimendo a processo e prodotto una vita ulteriore (F. Novara, "La motivazione al lavoro sta nel significato di quello che si fa")
- **Reputazione:** l'azienda non chiusa in sé stessa, ma attenta e incisiva nell'ambiente circostante anche grazie al dialogo costante con realtà di diversa natura, ha maggiori possibilità di intercettare la domanda di "senso" che sembra caratterizzare sia i giovani professionisti che si affacciano oggi sul mercato del lavoro, sia coloro che dall'esterno guardano al mondo produttivo, azionisti, ecc.

... e cosa può portare il mondo profit al non profit

- Efficienza e capacità organizzative: forse il tratto più evidente dell'ibridazione, l'accogliere al proprio interno l'attenzione all'uso delle risorse umane, economiche, materiali.
- Merito come valore.
- Capacità di intrapresa, e una conseguente maggiore autonomia rispetto agli enti finanziatori tradizionali.
- Risorse economiche: in forma di sponsorizzazione, o altro.

Insieme i due mondi possono dunque convergere su una nuova visione, quella dell'impatto che la cultura può generare sul territorio e sulla comunità che lo abita e lo frequenta. Un'infrastruttura culturale diffusa e accessibile tanto da parte dei residenti quanto da parte dei visitatori esterni accresce la percezione dell'identità del luogo, il senso di appartenenza e, per questa via, il capitale sociale. Con il valore positivo di questo tipo d'impatto, per esempio, ben si combina l'ottimizzazione della spesa pubblica locale, nelle sue forme diverse, perché essa deriva anche da una più solida e condivisa responsabilità civica.

Un ulteriore beneficio che soltanto un'infrastruttura culturale pervasiva può generare è l'accrescimento equilibrato della qualità della vita urbana, che genera una forte spinta alla socializzazione e agli scambi e, al tempo stesso, agisce da attrattore tanto per l'esplorazione occasionale quanto per la localizzazione sistematica di famiglie e imprese.
Infine, l'infrastruttura culturale contribuisce in misura notevole all'inclusione sociale, attenuando il potenziale conflitto sociale che spesso emerge tra centro e periferia e anche all'interno di aree caratterizzate da insediamenti complessi e non adeguatamente gestiti.
Il paradosso virtuoso dell'impatto che l'infrastruttura culturale può generare sul proprio territorio e sulla propria comunità consiste nella piena coerenza tra finalità sociali ed effetti economici, superando la vulgata – ormai obsoleta e tecnicamente fragile – secondo cui le finalità profit e non profit sarebbero in contraddizione reciproca. Nel nostro caso è proprio la crescita culturale, civica e sociale a costruire le opportunità di un più solido e diffuso benessere materiale. Questo processo si attiva rimuovendo i diaframmi che separano imprese, gruppi sociali, famiglie, comunità, territorio, in una logica distrettuale che enfatizza le convergenze e le sinergie alimentandosi della ricchezza variegata di linguaggi, visioni e orientamenti, certo nell'ambito di un'unica chiara spina dorsale strategica.

Emerge cristallina un'esigenza: che l'infrastruttura culturale sia immaginata e costruita da gruppi di persone dedicate, in qualche modo specializzate in questa che è un'attività di frontiera, e devono provenire da entrambe le realtà. La cultura attraversa il profit e il non profit, non è presente in misura maggiore in uno dei due mondi. In questo senso Quinto Ampliamento risulta in sé una prima risposta a questa esigenza, l'occasione per la sperimentazione di come si costruiscono questi poli di ibridazione. Ecco un possibile risvolto concreto della sua vita associativa.
Detto un po' sbrigativamente, due mondi significa due culture, due complessi di valori, competenze, sensibilità, linguaggi, riti, estetiche, abitudini diverse che occorre fare dialogare in modo meno episodico possibile. Servono allora figure nuove, o figure in grado di cimentarsi in ruoli nuovi, che ci siamo decisi a chiamare **"traduttori"**: figure intellettuali creative ed empatiche in grado di immaginare, ispirare, rendere desiderabile l'ibridazione, organizzare occasioni e metodi di incontro, anche conviviali, anche non finalizzate al raggiungimento di obiettivi particolari e immediatamente misurabili.

L'infrastruttura culturale è un'opera creativa, linguistica, fissa vocaboli comuni: imprescindibile è la tensione estetica. Se, ad esempio, la sostenibilità è un tema che interessa i due mondi, va costruito un repertorio di parole e immagini in cui persone e organizzazioni di diversa natura possano riconoscersi assieme senza abbandonare il proprio castello identitario, ma senza farne una prigione: va arricchito il lessico aziendale, spesso arido e ripetitivo, va rinnovato quello pubblico e associativo, spesso burocratico e retorico.
L'economia civile ha elaborato e rafforzato il proprio perimetro teorico, ma molto resta da fare per elaborare in modo meno sporadico e marginale una proprio poetica, una propria narrazione, il linguaggio al quale sia il mondo profit che il mondo non profit possano fare affidamento con disinvoltura senza venir meno alle proprie pur diverse vocazioni. Questo lavorio culturale dev'essere continuativo.

L'infrastruttura culturale è fatta anche di spazi fisici e programmi originali dedicati, che devono avere il carisma per essere teatro di ibridazioni, renderla più desiderabile, luminosa e comprensibile. I "traduttori" devono rompere i compartimenti stagni, favorire la frequentazione fra i due mondi, scatenare la seduzione reciproca, inventare nuove abitudini, nuove forme di socializzazione: sono gruppi di intelligenze (provenienti dall'uno e dall'altro mondo) disponibili al confronto, che devono lavorare come dei direttori d'orchestra all'intonazione di tutte quelle voci e quegli strumenti che stanno suonando ognuno il proprio spartito. Eventi, riviste, incontri, appuntamenti sono i loro strumenti, ognuno dei quali immaginato e organizzato alla luce di un pensiero profondo e lungimirante, quello dell'economia civile come motore di tutto il processo di rinnovamento.

L'infrastruttura culturale ha una missione comunitaria: avvicina i due mondi di un territorio, di una comunità. Essa, la comunità, è dunque l'orizzonte in cui dialogare, il diaframma che si eleva fra la persona e il mondo, intermediazione necessaria, particolare in cui difendere e promuovere valori universali, nuovo ecosistema. Il territorio è la dimensione in cui è più facile avviare, sviluppare, disseminare l'ibridazione, in cui individuare, unire e valorizzare le figure dei "traduttori". Esistono oggi buone pratiche che, in assenza di sistema e pensiero consolidato, diventano tessere di un mosaico non composto, che non restituisce il senso del disegno.
Le comunità emergono, dunque, in quanto **ecosistemi locali** in cui l'incontro tra i due mondi può favorire l'affermarsi di nuove sintesi di valore: la cultura d'impresa come fattore che può rafforzare l'attitudine a lavorare in modo più efficace ed efficiente, l'esperienza del non profit per una migliore comprensione dei cambiamenti sociali e dei bisogni delle persone.
I temi privilegiati attorno al quale appare più facile aggregare interessi, far convergere identità profit e non profit sono quelli dell'ambiente (primo per distacco) e delle nuove povertà.
Tutti riconoscono l'importanza di questo processo, la sua ricaduta produttiva, ma rivendicano per esso il **diritto di non essere misurabile** in tempi ristretti.
Cambia il segno della formazione (di entrambi i mondi), che dev'essere improntata alla cultura come sponda immateriale dell'economia civile. Quinto Ampliamento può ideare e promuovere attività culturali in cui sia facilitato il processo di scambio di sensibilità, valori, idee, linguaggi fra un mondo e l'altro: porte girevoli e non cancelli. Fare sorgere rivoli di collaborazione che prospettino orizzonte comune (es: migliorare il mondo: l'ambiente) ma del quale va ancora costruita l'estetica.
Come tutto questo può diventare proposta politica, su scala più ampia?

I componenti del tavolo di lavoro hanno infine segnalato alcune realtà e iniziative che offrono elementi di interesse, ma in quanto esempi di collaborazione fra cultura e impresa, non tanto fra profit e non profit (e in cui la cultura abbia ruolo originale e generativo)
Azienda NostraVita: azienda che produce vino- Brunello di Montalcino e che lavora con attenzione all'ambiente e al patrimonio storico culturale del territorio
Spazio Chirale: società romana che si occupa di tecnologia, scienza e arte con la logica di sviluppare nuovi saperi per nuovi lavori
Iniziativa Care For: gestita dall'Associazione culturale Matera 2019, l'iniziativa si propone di promuovere nuove forme di cittadinanza per promuovere comunità più partecipi e solidali
Seteria Argenti spa: azienda di Tavernerio che coniuga arte e produzione industriale. Sostiene e promuove progetti culturali.
Doc Servizi: esempio di sintesi riuscita. Ogni socio lavoratore mantiene la sua indipendenza, resta un libero professionista ma gode di una piattaforma cooperativa.

Ipotesi: cinema ambientale o anche teatro a cura di un'associazione che finisce in azienda, in cambio il manager visita l'associazione e le regala una consulenza per la sua modernizzazione, la sua efficienza (quasi un gioco di ruolo); I due mondi fanno un bando europeo assieme, ecc...

Un’impresa solidale, attenta alla persona, al territorio, al futuro non è mai un’impresa sola.
Un’impresa attraversata dal pensiero dialoga con il mondo e non ne ha paura.
Un’impresa più bella è un’impresa più forte.

IL QUINTO

3. TAVOLO DELL'AMBIENTE

C'è un'Italia appassionata e generosa, fatta di imprese che creano lavoro e benefici ambientali e sociali, con esperienze di economia civile e di riconversione industriale, a cominciare dalle aziende della chimica verde, dell'economia circolare e dell'innovazione energetica. Riusciremo a vincere la nostra missione a servizio del cambiamento del Paese se riusciremo ad intrecciarci maggiormente con queste realtà, rafforzando e indirizzando il loro cammino verso un futuro più sostenibile, per scambiare energia da rinnovabili nei territori, muoversi a emissioni zero, riusare, riciclare e vendere prodotti da riciclo, premiare il biologico e le produzioni agricole e zootecniche di eccellenza, favorire il turismo di qualità, istituire nuove aree protette a terra e a mare.
Una cosa è certa: ci sarà da accompagnare la **transizione ecologica dell'economia** in chiave ambientale con un processo che ha già interessato una parte tutt'altro che trascurabile del mondo produttivo.

Una trasformazione inevitabile verso **l'economia circolare e civile**, dove gli impatti ambientali e sociali, di cui dobbiamo favorire l'accelerazione, sono parte integrante dell'iniziativa economica.
Sarà possibile solo costruendo relazioni e azioni comuni con la parte più avanzata del mondo delle imprese, della pubblica amministrazione, degli enti di formazione e della cooperazione sociale del nostro Paese, con la finanza e con quelle esperienze istituzionali, come i nascenti Distretti dell'Economia civile, capaci di generare un vero cambiamento, a partire dalla centralità dei territori.

Diverse le ricette che Legambiente sta mettendo in campo per muoversi in questa direzione: Ecoforum sulla situazione dell'Economia Circolare a livello Nazionale e regionale verificando su livello normativo, tecnologico e delle competenze - Osservatorio sugli appalti verdi e sul Green Public Procurement per mettere a diposizione delle imprese virtuose e innovative la leva della spesa pubblica - L'emersione delle ottime pratiche sulla preparazione al riutilizzo legata all'inclusione sociale con il progetto del Ministero del Lavoro - Economie Circolari di Comunità, l'accompagnamento al riuso ecosolidale per cambiare consuetudini aziendali sulla sostenibilità interna e per le dismissioni di mobilio, apparecchiature elettroniche, patrimonio immobiliare.
Ecco le domande a cui abbiamo cercato di dare risposta.

Cosa vi spinge a mettervi in cammino verso un'economia circolare e civile - la MOTIVAZIONE

Dal confronto con i diversi attori sono stati elencati gli aspetti che hanno portato a mettersi in cammino, raggruppandoli in tre macro gruppi:

- Leve sociali (background personale, volontà, valori e visioni), sostenibilità del lavoro, cura del bene comune, fare rete, mantenere i propri ruoli nel business, passione,
- Leve business (posizionamento strategico, il limite in vantaggio competitivo, maggiore efficienza, mantenere le condizioni di profitto, finanziamenti, mantenere entrate durevoli)

Elementi poi generali hanno riguardato il sentirsi attore del cambiamento, una spinta che arriva dalla motivazione interna e spinge ad uscire dall'autoreferenzialità. C'è poi un elemento di Shaming che riguarda imprese che si sentono immerse in un periodo di cambiamento, e non vogliono restarne fuori.

Cosa avete fatto, state facendo o farete per prepararsi al viaggio - COMPETENZE E RISORSE

Molteplici gli aspetti emersi legati a come gli attori si stanno preparando al viaggio. Strettamente legate alle motivazioni e ai punti di debolezza di ogni singola organizzazione.
Abbracciando una maggiore vicinanza con i territori si ritiene fondamentale conoscere meglio e in maniera inconsueta il territorio che si vive, ascoltando, studiando dati, creando occasioni di confronto, conoscere buone pratiche che hanno funzionato, utilizzare la tecnologia per fare comunità.
L'aspetto formativo diventa poi essenziale per poter affrontare il cammino e non rimanere spiazzati da cambiamenti repentini.
Proprio il contesto incerto rende prioritario il creare reti di supporto e vicinanza tra diversi utili a stabilizzare il percorso e porre le basi per il futuro.

Resta fondamentale l'uso dei dati e l'approfondimento culturale.
Si evidenzia una voglia di farsi stupire da nuovi attori, nuove collaborazioni e nuovi percorsi in percorsi che superino le solitudini e le consuetudini.
È conseguente la ricerca di basi solide sulle quali innervare un percorso innovativo e su questo gli attori sono convinti che il quadro normativo chiaro, la certezza delle risorse e delle direzioni, un piano industriale di medio lungo periodo, costituzione di tavoli di lavoro condivisi tra pubblica amministrazione, imprese enti del terzo settore ed enti di formazione, lo scambio di tecnologie per la sostenibilità diventino aspetti non rinviabili per mettersi in cammino.

È evidente come sia maturo tra gli attori la ricerca di un metodo QA in grado di creare reti, cultura, coalizioni su problemi generali, conoscenza di tecnologie sui temi ambientali aprendo al contributo di attori diversi uscendo ognuno dalla propria "confort zone".
Questo per giungere a prendersi ognuno le proprie responsabilità e identificare i propri interlocutori privilegiati.
L'ambiente o meglio, gli ambienti, restano uno splendido banco di prova di collaborazione territoriale e per sperimentare azioni e percorsi comuni.

Organizzazioni presenti

Non profit

AEG Coop
Associazione Matera 2019
AVSI
Biancospino cooperativa
Confindustria Canavese
Cooperativa Doc Servizi
Coop Lombardia
Cooperative Sociali e Enti Gestori Caritas
Fondazione di Comunità di Ivrea
Goel Cooperativa
Green Jobs
Inrete Consorzio
Legambiente
Prioritalia
Pubblico 08
Tiresia
Università di Padova
Unione Industriale Biellese

Profit

Aida Partners
Andersen tax & Legal
BIP
Cattolica Assicurazioni
CIR Food
ComoNeXT
Evolvere s.b.
IIT
Itelyum
Message
Professional Link
Plusvalue
S-Nodi s.b.
STL srl
Tesi
Ventitrenta s.b.
Veos

Il Quinto Ampliamento
Corso Costantino Nigra, 2
10015 - Ivrea (TO)

Per informazioni:
info@ilquintoampliamento.it

Seguici su:
www.ilquintoampliamento.it