

Cooperazione come paradigma per lo sviluppo

14 dicembre 2012

Catania

paolo venturi, direttore AICCON

Sviluppo: diverse ricette..

Il concetto di **Sviluppo** è diverso dal concetto di **Crescita**.

1. Rilancio del ruolo dello Stato (più regolamentazione);
Contenimento sistematico della spesa pubblica;
2. Aumento della Responsabilità Sociale (volontaria) delle imprese che rinunciano a parte dei propri utili;
3. Puntare sullo sviluppo di nuovi attori e di nuove forme di coordinamento (pluralismo delle forma di impresa).

1 - Economia Sociale di Mercato

- L'**economia sociale di mercato** è un modello di sviluppo dell'economia che si propone di garantire sia la libertà di mercato che la giustizia sociale; lo Stato deve intervenire laddove esse presentano i loro limiti.
- L'intervento dello **STATO** si attiva dove il mercato stesso fallisce nella sua funzione sociale e deve fare in modo che diminuiscano il più possibile i casi di fallimento.

Lo Stato rende sociale il mercato attraverso:

- Regolamentazione (Basilea III)
- Redistribuzione
- Politiche monetarie e fiscali espansive o restrittive

2 «Shared Capitalism»

Idea di fondo: le imprese devono farsi volontariamente carico degli effetti della loro attività, attraverso:

- Potenziamento della Responsabilità Sociale
- Azioni di Welfare aziendale e contenimento dei profitti;
- Azione di pressione della *Società Civile*/consumatori sulle imprese

Paradigma economico è descritto nel:

- **IL CAPITALISMO È SOTTO ASSEDIO E OCCORRE REINVENTARLO.** Lo sostiene, nell'ampio saggio che caratterizza il numero di gennaio 2011 di Harvard Business Review, **Michael Porter** (con Mark Kramer).

Imprese «**intrappolate in un approccio superato alla creazione del valore**» che si è imposto negli ultimi trent'anni.

la tesi coraggiosa di Porter è che **la competitività di un'impresa e il benessere della comunità circostante sono strettamente interconnessi, non occorre solo perseguire la massimizzazione del profitto ma è necessario dividerlo con i propri stakeholder**

(Share value theory)

3. Sviluppo di nuovi attori e diverse forme di coordinamento

Idea di fondo: favorire lo sviluppo di nuovi soggetti e in particolare di nuove forme di impresa:

- dotate di autonomia privata;
- senza scopo di lucro;
- che perseguono finalità pubbliche;

al fine di:

- **Aumentare l'offerta di servizi di interesse generale senza aumentare la spesa pubblica grazie a:**
 - maggior efficienza;
 - recupero risorse umane e imprenditoriali;
 - sviluppo capacità innovative (innovazione sociale).
- **Modificare i modelli di consumo e quindi anche i comportamenti.**
- **Aumentare il livello di soddisfazione per i servizi (e per la vita/benessere), per maggior aderenza alla domanda.**

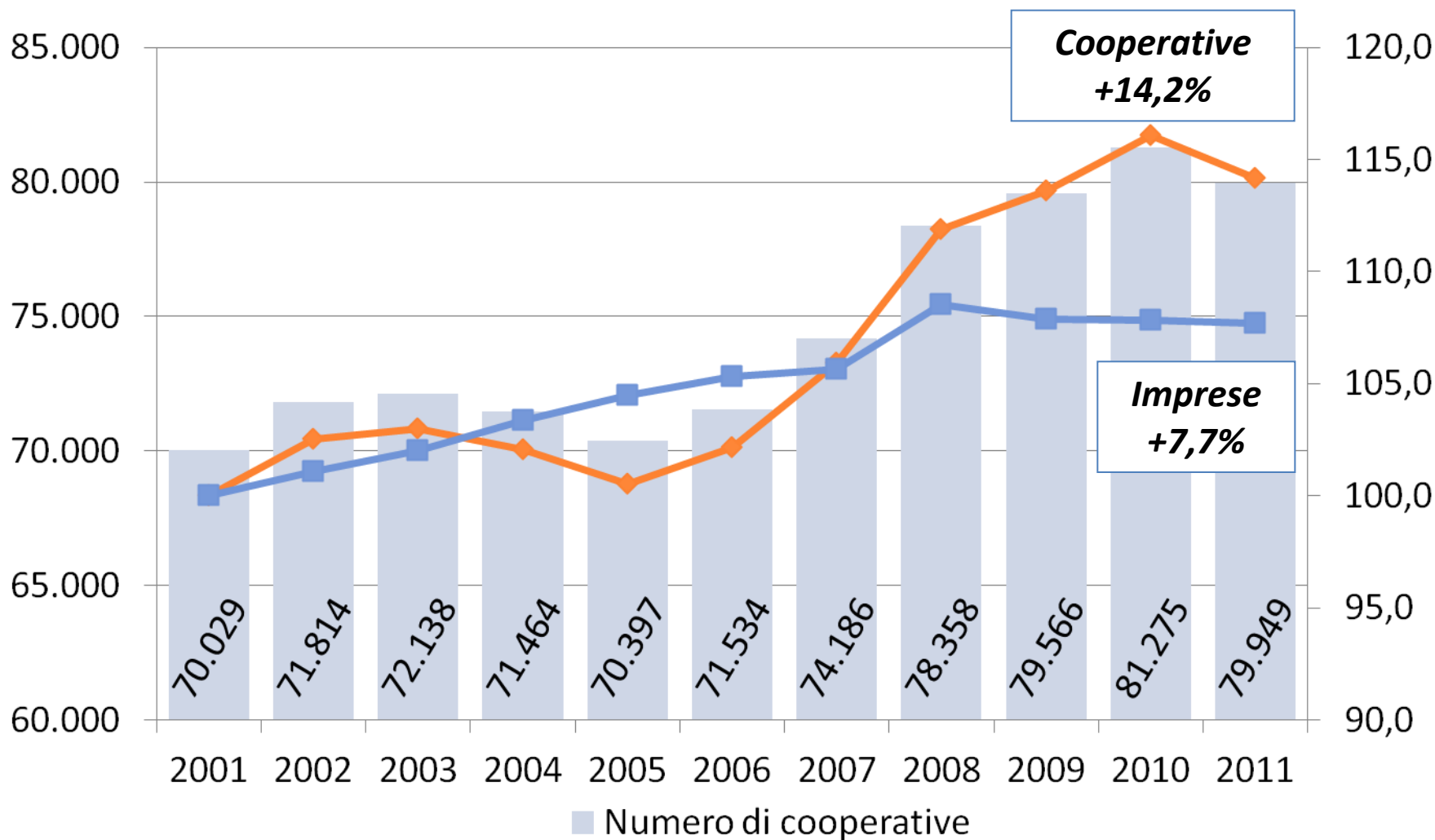
Esigenza di un modello di *Sviluppo* diverso

**Necessaria una prospettiva di sviluppo che supera la dicotomia
STATO (redistribuzione)-MERCATO(scambio equivalenti)
Economia Civile**

1. Occorre riscoprire **il Co-operare (diverso dal collaborare)** come capacità di tenere insieme strumenti e fini, condividendo il rischio. (funzione obiettivo diversa massimizza valore del lavoro non del capitale)
2. Il Mercato si può sviluppare attraverso un maggior **pluralismo delle forme di impresa**: nella misura in cui le cooperative (quelle vere) crescono, si producano benefici **sia in termini di equità sia in termini di sviluppo**. (organizzazioni inclusive)

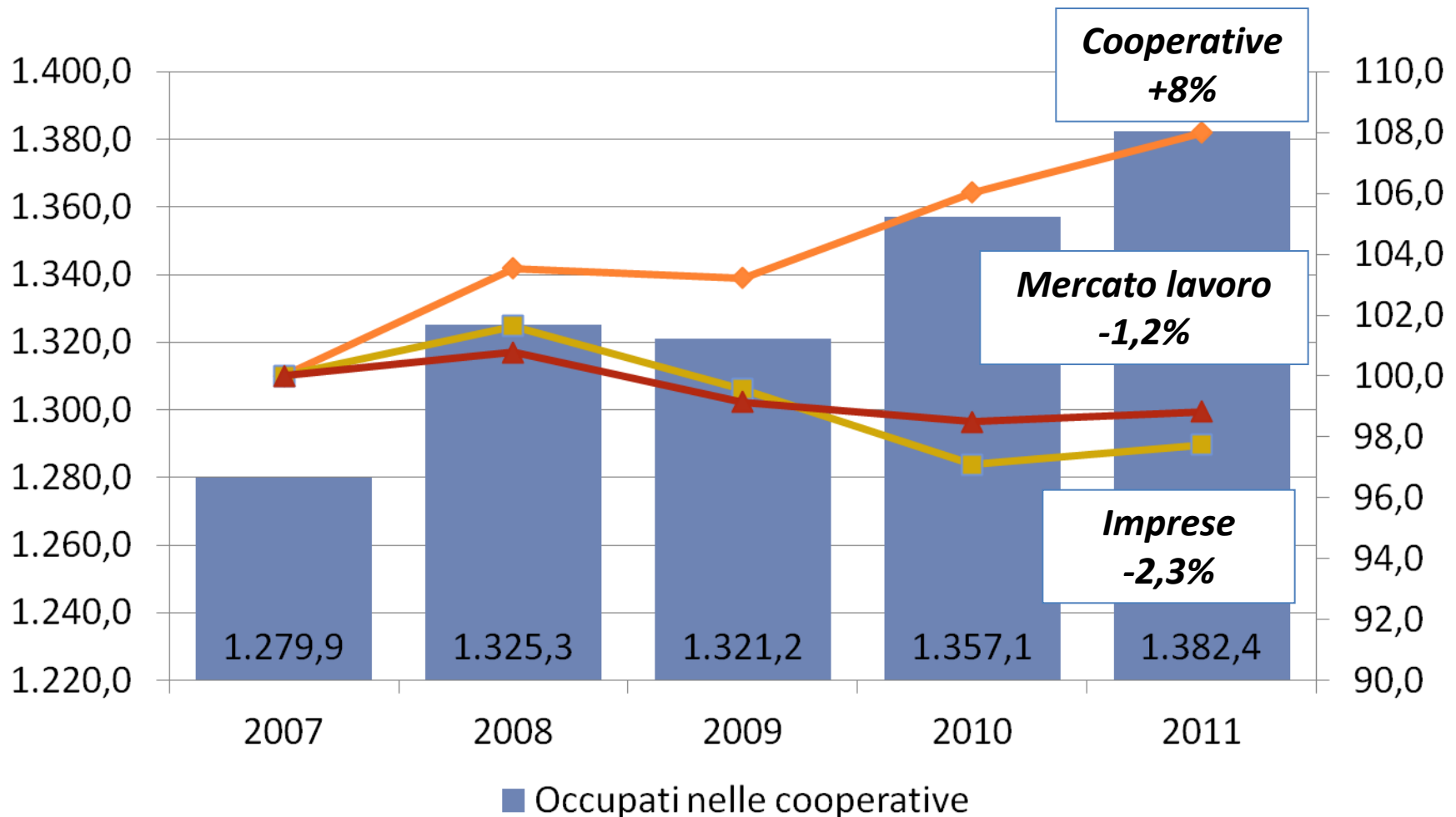
«La distribuzione della ricchezza «è caratterizzata da un elevato grado di concentrazione»: alla fine del 2010 la metà più povera delle famiglie italiane deteneva il 9,4% della ricchezza totale, mentre il 10% più ricco deteneva il 45,9% della ricchezza complessiva» **Banca d'Italia**

Andamento di cooperative e imprese 2001-2011 (val. ass. e n.i. 2001=100)



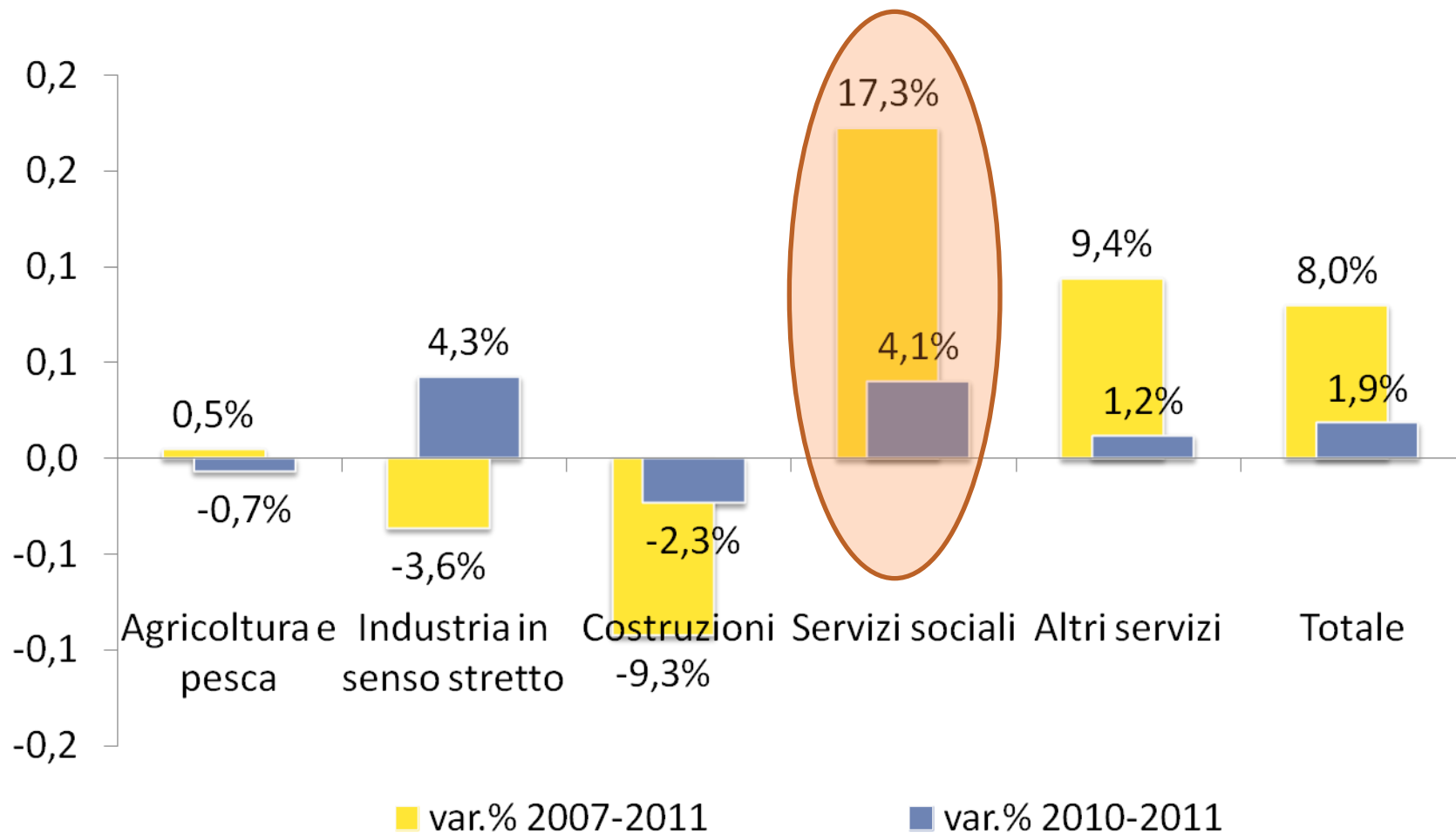
Il trend occupazionale nella crisi

Occupazione nelle cooperative e imprese 2007-2011 (val. ass. e n.i. 2007=100)



Settori trainanti

Variazione dell'occupazione, 2007-2011 (var.%)



BIO-DIVERSITA': LA RELAZIONE È ALL'ORIGINE DELLA COOP. SOCIALE

Tabella 15. I promotori delle imprese sociali

	v.a.	%
una singola persona	2.223	18,5
un gruppo di persone con ideali comuni	8.192	68,1
un gruppo di persone alla ricerca di lavoro	161	1,3
un gruppo di utenti/consumatori bisognosi dei servizi offerti	150	1,2
un'associazione	901	7,5
una fondazione	218	1,8
un consorzio o una federazione	91	0,8
un ente pubblico	31	0,3
una o più imprese for profit	61	0,5
Totale	12.027	100,0

Fonte: Iris Network – Unioncamere, stime indagine imprese sociali, 2011

Relazionalità crea vantaggio competitivo anche dal punto di vista finanziario:

Internalizzare il valore fiduciario delle relazioni comunitarie (Valore di Legame), ti permette di accedere a + risorse e avere tassi di sofferenza più bassi.

Tabella 13. - Canali per il finanziamento degli investimenti

	v.a.	%
Autofinanziamento	3.690	68,2
Prestiti di amici, parenti e conoscenti	282	5,2
Prestiti presso istituti di credito tradizionali	1.204	22,2
Prestiti presso Istituti di credito specializzati	151	2,8
Apporto di capitale sociale	383	7,1
Agevolazioni pubbliche/comunitarie	667	12,3
Prestiti intra gruppo	7	0,1
Finanza innovativa	31	0,6
Altro	381	7,0

Fonte: Iris Network – Unioncamere, stime indagine imprese sociali, 2011.

CO-OPERAZIONE e Innovazione Sociale

- 1. Valore di scambio**
- 2. Valore d'uso**
- 3. Valore di legame**

Senza l'ingrediente del valore di legame non si produce innovazione sociale e nel lungo periodo neanche valore economico (perché la coop sociale non è impresa orientato all'efficienza)

L'innovazione della Cooperazione sociale

L'innovazione della Cooperazione Sociale sta nell'aver cambiato il modo di **concepire l'impresa ed il welfare:**

1. Innovando il modo di **fare «politiche sociali»** (de-istituzionalizzandole)
2. Innovando il modo **di fare «impresa»** (sostituendo il pensiero unico della max profitto dei proprietari con l'«interesse generale»)

Innovazione più grande è aver dimostrato che i Servizi sociali cioè possono essere organizzati in maniera imprenditoriale- Privato si fa pubblico:«public»

Difficoltà oggi a far percepire questo:

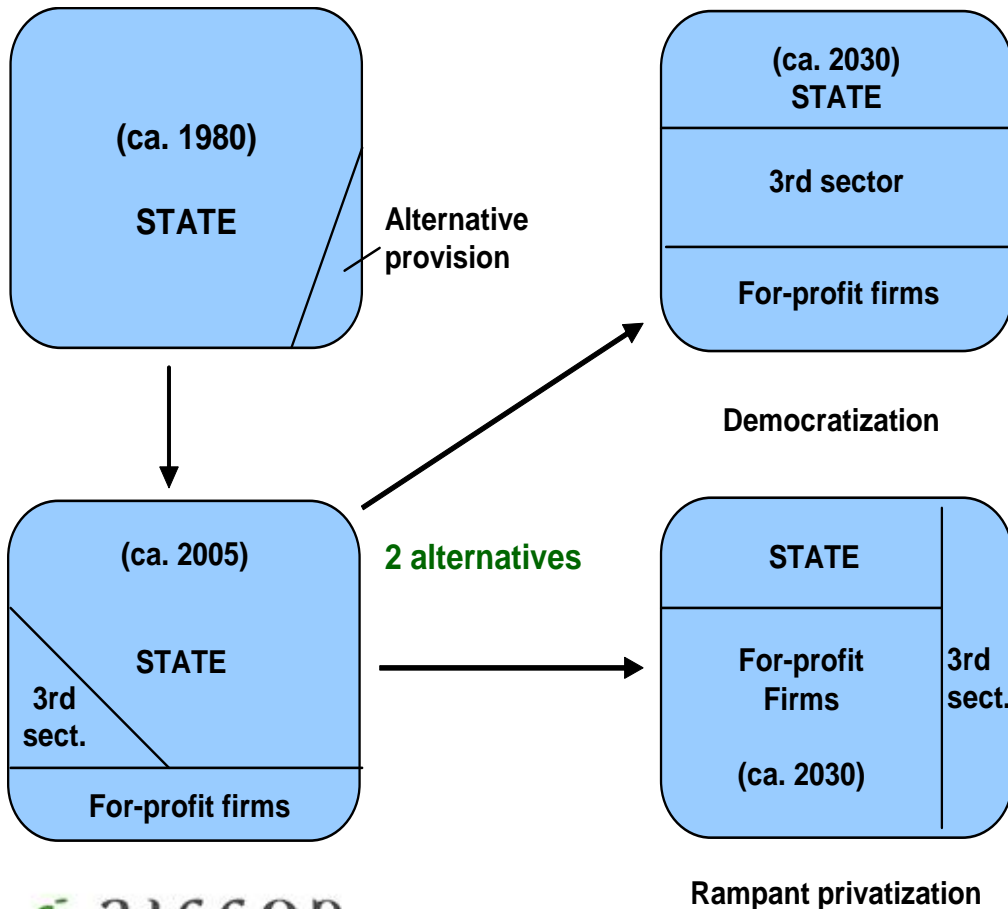
es. dibattito sulle start up sociali ed emendamento 3.2000 a legge di stabilità

Si tende arriva al sociale tramite un percorso di strumentalità (esternalità).

«Social» è dentro il mercato, non viene dopo è il fattore generativo è il fine non l'effetto

Ruolo della cooperazione nel futuro modello di welfare

Fig. 1 – Possibili modalità di sviluppo del Welfare State (alternativa 1 e 2)



- La spesa sanitaria «privata» delle famiglie è passata da 26 miliardi e 248 milioni di euro del 2007 a circa 30 miliardi di euro nel 2011 con una incidenza sul PIL del 2,2%.

Prospettiva disegnata da V. Pestoff

- **Democrazia Economica**, soggetti non profit compongono e integrano l'offerta di servizi «pubblici»
- **Privatizzazione estrema**, la sfera del for profit andrà a erodere/sostituire significativamente il ruolo dello Stato relegando il non profit ad un ruolo residuale (volontariato o mera esternalizzazione)

I principali campi di sviluppo della **cooperazione**

- Sanità (assistenza domiciliare ai poliambulatori)
- Green economy (efficientamento energetico, rinnovabili, biogas e biomasse)
- Servizi pubblici (servizi idrici, trasporto, mobilità, gestione dei rifiuti, energetici)
- Turismo (offerta inclusiva in forma cooperativa: turismo sostenibile, enogastronomia, offerta ricettiva, ecc)

Coop. Sociale?

« quando il distacco fra bisogni sociali e i servizi offerti è troppo profondo si creano degli spazi per l'agire auto-organizzato di singoli o gruppi di persone..»

(Young Foundation MULGAN 2006)

1 Rigenerare lo spirito cooperativistico in una logica di «apertura». Da reti collaborative (condividono strumenti) vs reti cooperative **(condividono strumenti e fini)**

- Innovare le reti superare la co-produzione : **reti per la co-innovazione e co-investimento (prospettiva imprenditoriale – industriale)**
- costruire nuovi **sistemi di «governance»**: aggregare strumenti e interessi plurali, per poter rispondere a bisogni plurali (tasso di eterogeneità delle reti è una proxy dell'innovazione)

2 L' orientamento e il rapporto con la «domanda»
Socializzare, aggregare e internalizzare, in maniera «stabile» la **domanda pagante** diventa oggi il vantaggio competitivo per tutta quella nuova imprenditorialità sociale che non dipende dal finanziamento pubblico.

Recenti studi indicano che circa l'82,4% della «spesa out of pocket» è direttamente sostenuta dai cittadini, il 13,9% è coperto da Fondi sanitari negoziali, casse e mutualità volontaria (SMS), il 3,7% da assicurazioni for profit, ramo malattia e ramo vita.*

Quindi c'è spazio e bisogno per soggetti come le Mutue)

3. Riposizionarsi e recuperare il ruolo di «incubatori di imprese sociali» ;

- per non perdere un « generazione di imprese, le start up »
- per evitare che nascano utilizzando solo imprese ispirate ad un modello capitalistico.

4. passare dalla prospettiva delle «resilienza» a quella della generatività

Imprenditore sociale è un CREATORE .

Tutta la differenza fra **COSTRUZIONE E CREAZIONE**
è esattamente questa:

«una cosa costruita si può amare *solo dopo* che è stata
costruita,

ma una cosa creata la si ama *prima ancora* di farla
esistere»

Gilbert Chesterton

Grazie !

Paolo Venturi

@paoloventuri100

paolo.venturi7@unibo.it

www.aiccon.it