

Estratto Sole 24 Ore - Lunedì 3 Novembre 2014

Best practices. Premiati il radicamento nelle comunità locali e l'innovazione

Iniziative di prossimità alla ribalta

■ Nell'ambito delle imprese sociali si stanno mettendo in luce in particolare le iniziative definite «di prossimità», che nascono dalla volontà di far coincidere l'offerta di servizi con la valorizzazione della cittadinanza attiva e l'assunzione diretta di responsabilità da parte delle persone o delle comunità territoriali. Dai gruppi di acquisto solidale alla riqualificazione degli spazi pubblici, dalla mobilità urbana al cohousing, le aree di intervento sono sempre più vaste e diffuse, e le best practices non

mancano. Ora a promuovere il fenomeno giunge anche una ricerca condotta da Isnet, associazione che cura l'Osservatorio sull'impresa sociale, secondo cui questa tipologia di organizzazioni è quella che si sta dimostrando più attiva e che, nel primo scorcio del 2014, sta realizzando anche la migliore performance economica.

«Le imprese sociali impegnate in iniziative di prossimità - afferma Laura Bongiovanni, presidente di Isnet e curatrice dell'Osservatorio - hanno fatto segnare,

all'interno del nostro campione, la più alta propensione all'innovazione e la migliore dinamicità relazionale: il numero di relazioni in corso con le altre organizzazioni non profit raddoppia al 60%, rispetto al 31,2% del dato generale, mentre quelle con le aziende for profit sono a quota 35% contro il 18,5% della media».

A spiegare il buon risultato è anche la natura di queste imprese: mediamente giovani, fortemente radicate nelle comunità locali, con una grande capacità di asso-

ciare l'agire concreto quotidiano e il lancio di proposte culturali e sociali innovative. Qualche esempio? A Lecce un gruppo di cittadini e il consorzio di cooperative sociali «Comunità Emmanuel» hanno dato vita all'«Emporio della solidarietà», un supermercato dove le persone in stato di difficoltà economica possono fare la spesa scegliendo prodotti messi a disposizione da punti vendita della grande distribuzione coinvolti nel progetto. A Milano l'impresa sociale «Industria

scenica», che realizza interventi di welfare attraverso la cultura, ha lanciato l'iniziativa «Mi presti il sale», che punta a valorizzare le potenzialità delle persone attraverso reti di relazione, così da arrivare alla messa in scena di uno spettacolo che poi viene proposto nei quartieri, in partnership con diversi Comuni.

«Quella della prossimità - sintetizza la Bongiovanni - è la vera sfida della cosiddetta "economia della condivisione", che non significa creare una nuova area di business, ma rispondere in modo nuovo ai bisogni».

E. Si.