



MIO
 TUO
 NOSTRO

Economia della condivisione, collaborazione, co-working, peer-to-peer, platform cooperativism, crowdfunding, co-housing, ibridazione, imprese di comunità, wikipedia, piattaforme online, e-learning, rivoluzione culturale, etica condivisa, community, tecnologia, social street.

**Perché la sharing economy
è una nuova frontiera da esplorare
per il volontariato**

Rivista a cura dei Centri servizi per il volontariato di:
Bologna, L'Aquila, Lazio, Lombardia Sud, Marche, Messina, Milano,
Padova, Palermo, Rovigo, e CSVnet Lombardia



www.volabo.it



www.csvaq.it



Centri di Servizio per il
Volontariato del Lazio

www.volontariato.lazio.it



www.csvlombardia.it



www.csv.marche.it



www.csvmessina.org



www.csvlombardia.it/milano



csvpadova.org



www.cesvop.org



www.csvrovigo.it



www.csvlombardia.it



Vdossier

rivista periodica dei Centri di servizio per il volontariato di: Bologna, L'Aquila, Lazio, Marche, Messina, Lombardia Sud, Milano, Padova, Palermo, Rovigo, e CSVnet Lombardia
Giugno 2018
anno 9
numero 1
ISSN2239-1096
Registrazione del Tribunale di Milano
n. 550 del 01/10/2001

Editore

Associazione Ciessevi
piazza Castello 3 - 20121 Milano
telefono 02.45475856 - fax 02.45475458
email: comunicazione@ciessevi.org
sito internet: www.csvlombardia/milano
Direttore responsabile
Ivan Nissoli

Redazione:

Paola Atzei
Elisabetta Bianchetti
Silvia Cannonieri
Monica Cerioni
Anna Donegà
Paolo Marelli
Alessandro Seminati
Paola Springhetti

Hanno collaborato:

Giuseppe Saponara
Alice Rossi

Immagine di copertina:

elaborazione grafica di Elisabetta Bianchetti

Progetto editoriale

Paolo Marelli
Progetto grafico
Francesco Camagna; Simona Corvaia

Stampa

Fabbrica dei Segni coop. Sociale
via Baranzate 72/74 20026 Novate Milanese (MI)

Stampa in carta certificata FSC (Forest Stewardship Council).

Inchiostri derivati da fonti rinnovabili (oli vegetali).

È consentita la riproduzione totale, o parziale, dei soli articoli purché sia citata la fonte.

Si ringraziano inoltre gli autori e gli interlocutori per il prezioso contributo a titolo gratuito.

L'editoriale

Tecnologia, fiducia e relazioni ecco perché la sharing economy è una risorsa per il volontariato

PAGINA **5**

L'analisi

Crescono piattaforme e utenti. I giovanissimi (e non solo) protagonisti del nuovo modello

PAGINA **9**



Mainieri

Mainieri

Sharing, non solo tecnologia ma modello di servizio per costruire la comunità

PAGINA **17**



Pais

Pais

Non solo App e Internet. Lo scambio digitale fa leva sulle relazioni a tu per tu

PAGINA **23**



Orsi

Le sfide

Conti a posto e fisco equo. La dottrina Orsi in sei punti con trucchi e consigli utili

PAGINA **33**

Scenario

Quale welfare ci salverà? Collaborazione, modello di inclusione e benessere

PAGINA **41**



Coan

Forum

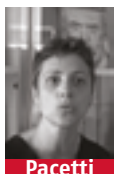
Terzo settore e sharing. I dilemmi tra pro e contro. E i CSV raccolgono la sfida

PAGINA **49**

Nuova tendenza

Gemellaggi fra grandi e piccoli scambiandosi competenze ad hoc. Per gli inglesi è il twinning

PAGINA **59**



WebCultura

Wikipedia e le sue "sorelle". Così la Rete cambia il sapere. Ora la conoscenza è collettiva

PAGINA **65**



Orizzonti

Equità e governance allargata. Cooperativismo e peer-to-peer dribblano la condivisione

PAGINA **71**

L'Italia in un click

Libri, ripetizioni e vacanze. Una mappa di che cosa si condivide di più da noi

PAGINA **77**

Qui Rennes

FrigoTroc: frigoriferi self-service per combattere lo spreco di cibo

PAGINA **85**

Qui Padova

CO+ salva una piazza dimenticata grazie a un patto fra professionisti

PAGINA **87**

Qui Sud

Ampliacasa: sotto lo stesso tetto autonomia e compartecipazione

PAGINA **89**

Qui Milano

Recup: quando la lotta contro lo spreco crea legami sociali

PAGINA **91**

Qui Varese

VitaminaC: un coworking dove far incontrare profit e non profit

PAGINA **93**

Qui Bologna

Porto 15: l'abitare collaborativo sbarca nel centro di Bologna

PAGINA **95**

L'editoriale

Tecnologia, fiducia e relazioni ecco perché la sharing economy è una risorsa per il volontariato

Jeremy Rifkin, visionario economista americano, sostiene che la sharing economy sia la terza rivoluzione industriale, perché è «la risposta ai cambiamenti climatici, all'ecosistema in difficoltà, alla distribuzione della ricchezza a dir poco squilibrata, a una crisi economica che non ha dato tregua per anni». Per Arun Sundararajan, altro guru dell'economia della condivisione, la sharing economy è il capitalismo delle folle che avanza: «È un nuovo tipo di capitalismo che sta contribuendo ad offrire alla gente servizi e soluzioni prima ritenute appannaggio dei più ricchi. Le attività economiche si trasferiscono dagli imprenditori alle persone comuni», dice il professore della New York University.

Scenari rivoluzionari quelli disegnati dai due studiosi, sia economicamente che culturalmente, anche se a dire il vero la questione di che cosa si intenda esattamente per sharing economy è tuttora aperta e fonte di dibattito nel mondo, considerato che il fenomeno è relativamente recente e in forte espansione. Non a caso si sono sviluppate una varietà di definizioni parallele: da “peer economy” a “economia


collaborativa”, da “economia on-demand” a “gig economy” a “consumo collaborativo”. Termini a volte usati in modo intercambiabile, ma che, secondo gli esperti, indicherebbero in realtà settori diversi fra loro. E sui quali non mancano critiche e timori: infatti non essendoci ancora leggi e regolamenti che li disciplinino, tanto in Europa quanto in Italia, c'è chi li accusa di concorrenza sleale, chi di violare norme fiscali e previdenziali, chi di creare un precariato a vita e dilagante soprattutto per i giovani.

Seppur confidando sul fatto che il Parlamento europeo e quello italiano quanto prima piantino dei paletti che regolamentino questi settori, resta il fatto che sigle come Blablacar, Airbnb, Uber (solo per citare le più note) sono ormai entrate nelle nostre vite e nei nostri stili di consumo.

Se lo scenario futuro dipinto da Rifkin e Sundararajan sta entrando sempre più rapidamente nel nostro presente, anche il Terzo settore è chiamato ad affrontare questa sfida. Con una missione: riportare il sociale all'interno della sharing economy senza farsi coinvolgere in quella spirale dell'economia dei lavoretti (la cosiddetta uberizzazione) che non produce valore sociale, ma disuguaglianze. Di fronte a uno scenario come questo, il non profit è chiamato a farsi parte attiva nel riportare al centro delle nuove forme economiche la realizzazione di obiettivi di carattere generale, a partire dall'esigenza che la capacità delle persone di autorganizzazione e di creazione di legami sociali non divenga oggetto di appropriazione. Questo recupero di centralità delle relazioni va infatti imperniato sulla fiducia fra persone, il carburante che alimenta il motore dell'economia della condivisione, come afferma Rachel Botsman, nota esperta di sharing.

Nel loro insieme fiducia e relazioni personali, con reciprocità e ridistribuzione, sono la leva che può scardinare il meccanismo dell'economia e del mercato “tradizionale” di domanda e offerta (dove è netta la separazione tra produzione ed erogazione e di possesso e consumo), per promuovere un meccanismo di sovrapposizione tra questi sistemi (chi produce può essere anche consumatore) che al possesso privilegia lo scambio, il riutilizzo, il riciclo, la circolarità delle risorse prodotte, in una prospettiva economica, sociale e ambientale più sostenibile.

Oltre alle forme più conosciute di sharing economy che vanno maggiormente a impattare sulle dimensioni lavorativa e di mercato, oggi esistono tante altre esperienze che hanno come comune denominatore la condivisione e la collaborazione, non solo per l'approccio culturale, ma soprattutto come "pratica quotidiana". E sono queste le sperimentazioni che possono riguardare e interrogare il non profit. Forme forse più silenziose, rivolte a bacini più ristretti che, sempre con il supporto dei social e delle tecnologie della rete, si sviluppano in contesti territoriali per rispondere a bisogni, per tradursi in servizi e risposte su dimensione territoriale alle esigenze concrete dei cittadini o di specifiche fasce della popolazione. E, oltre ai bisogni, riescono a intercettare meglio dei servizi "tradizionali" potenzialità, risorse, energie e a metterle in moto; così come mettono in circolo realtà e soggetti differenti: cittadini, famiglie gruppi informali, associazioni, amministrazioni pubbliche, mondo profit; producono servizi e innovazione sociale.

Eccoci dunque al cuore della questione: che ruolo possono svolgere il non profit, il mondo associativo, ma anche quello della cooperazione e dell'impresa sociale in questo scenario? In che modo l'universo della solidarietà può offrire riferimenti a chi dovrà scrivere leggi e regolamenti che riformino e potenzino la comunità della condivisione e l'innovazione sociale della collaborazione? Domande a cui abbiamo provato a rispondere in questo numero di Vdossier, confezionato anche grazie ai consigli e suggerimenti di Marta Mainieri e Ivana Pais, esperte del settore e studiose dell'argomento. Il Terzo settore e, con esso il volontariato, potrebbero promuovere e attivare processi di partecipazione dei diversi soggetti del territorio per sviluppare in maniera condivisa un sistema più sostenibile (il richiamo all'interdipendenza tra economico, sociale e ambientale) e, al contempo, un rafforzamento dei cittadini e delle comunità per essere più resilienti ed empowered. In secondo luogo, potrebbero coinvolgere queste diverse realtà non solo come portatori di bisogni, ma anche come portatori di risorse, potenzialità, competenze. Perché messe in condivisione, in circolo, a disposizione degli altri, attiverebbero processi generativi, creativi, innovativi per i cittadini e le loro comunità; offrendo opportunità di partecipazione e condivisione. 



L'analisi

Crescono piattaforme e utenti I giovanissimi (e non solo) protagonisti del nuovo modello

di **Elisabetta Bianchetti**

«**G**overnare con lungimiranza questa rivoluzione con regole a livello comunitario». L'appello è riportato nero su bianco in un dossier che giace negli archivi della Commissione mercato interno del Parlamento europeo. Una richiesta che misura l'importanza acquisita dalla sharing economy e conferma il peso che si prevede abbia in futuro.

Parole supportate dalle stime che circolano a Strasburgo: un ritmo di crescita del 25% l'anno e ricavi per oltre 3,6 miliardi di euro nel 2015. Una somma di denaro che potrebbe sfondare, nel solo Vecchio Continente, quota 83 miliardi già nel 2025 su un giro d'affari di 570 miliardi. Sono questi i numeri che fanno dell'economia della condi-

Aumenta l'impatto della sharing economy. Le cifre lo confermano. Dati in rialzo in Italia e in Europa. Una rivoluzione non solo economica: cambia anche lo stile di vita

visione - Airbnb, Uber, Bla-BlaCar, ma anche tanti servizi sociali - uno dei fenomeni di questi anni post recessione. Noleggio, donazione, prestito, coabitazione, co-

lavoro: nuovi modelli, spesso anche micro, basati sulla condivisione di beni, servizi, informazioni e competenze.

Nel mondo, in Europa e anche in Italia, sull'onda della crisi del 2008, l'economia collaborativa è diventata un terreno fertile. E il seme della sharing economy sta cambiando la cultura del consumo e della produzione, spostando il confine tra pubblico e privato. Due poli tra i quali si sta facendo largo anche il Terzo settore. Perché condividere è bello, utile, costruttivo e sostenibile. Virtù che sono un'iniezione di fiducia nel motore della crescita.

La galassia sharing è variegata. Non ha una direzione unica. È piuttosto un seme di cooperazione diffuso con varie modalità, avendo soprattutto per volano le opportunità del web. In sintesi, potremmo dire che è il "social" trapiantato su un piano economico.

Le parole che contano nel fenomeno sono varie: "sharing", la condivisione in senso stretto; "swapping" il baratto, lo scambio di beni visto come nuova forma commerciale; e poi c'è il crowding, dall'inglese "crowd" folla, che è la pratica dove più persone si uniscono per creare un servizio o un prodotto, tramite idee creative in caso di crowdsourcing o tramite risorse economiche in caso di crowdfunding. Complice la facilità di interazione offerta dalle nuove piattaforme digitali, le start-up che propongono servizi collaborativi stanno aumentando a ritmo sostenuto in tutto il mondo e negli ultimi anni si sono affacciate anche in Italia.

Dagli Usa all'Italia, un'ascesa incessante

La crescita e la diffusione dell'economia collaborativa è confermata dai numeri. La sharing è un mercato in rapida ascesa negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, al punto che ha superato il tetto del 1,3% del Pil (Prodotto interno lordo). Una percentuale destinata a salire al 15% entro i prossimi cinque anni, secondo le stime di collaborativeconsumption.org nello studio "The people who share".

Lo studio rivela anche che il 64% degli adulti britannici pari a 32,5 milioni di persone ha dichiarato di prendere parte all'economia della condivisione in maniera attiva. Negli Stati Uniti il 52% dei cittadini ha affittato o prestato i propri beni negli ultimi due anni e l'83% ha detto che farebbe altrettanto se fosse più facile. Anche in Italia il fe-

nomeno cresce a ritmo sostenuto. Le piattaforme che offrono servizi collaborativi in Italia sono ad oggi più di 120, a cui se ne aggiungono quaranta di crowdfunding e almeno cento di coworking. Si può passare infatti da beni materiali come la macchina fotografica, la bicicletta, il computer a spazi come la casa (cohousing), una stanza o luoghi di lavoro; ci sono servizi collaborativi dove si scambiano idee, tempo, competenze e alcune volte anche denaro.

Gli esempi sono svariati da Warmshowers, che offre ospitalità gratuita ai cicloturisti a GuestToGuest per scambiare gratuitamente casa. Poi c'è il mondo creativo e coworking di "The Hub", una rete di spazi fisici dove imprenditori, creativi e professionisti possono accedere a risorse, lasciarsi ispirare dal lavoro di altri, condividere idee innovative, sviluppare relazioni utili e individuare opportunità di mercato. È una società di capitali indipendenti dedicata alla social innovation, un mondo neppure tanto utopistico di "changemakers", persone che vogliono cambiare il mondo attraverso progetti nuovi. A questo proposito fare un giro nella sede di Milano o in quella di Roma a San Lorenzo di "The Hub" è rigenerante e non solo per i giovani appena usciti da scuole superiori o università ma anche per chi vuole ripartire. Nato nel 2005 in Gran Bretagna, in Italia è anche in Trentino, in Sicilia, a Trieste, Bari e Firenze.

Fisco e previdenza, gli anelli deboli

L'economia della condivisione piace e fa sempre più proseliti. Eppure non mancano le ombre. Critiche lanciate soprattutto dai sindacati che puntano l'indice su fisco e previdenza. Una ricerca del 2016, durata dodici mesi e promossa dalla Fondazione Europea per gli Studi Progressisti (FEPS) e da UNI Europa (la federazione internazionale dei sindacati), analizza come la "sharing economy" focalizzandosi su Regno Unito e Svezia, due avamposti del comparto.

I dati sul Paese scandinavo mostrano che il 12% della popolazione sta già lavorando nell'economia digitale basata sulle piattaforme online, mentre il 24% sta cercando di trovare lavoro attraverso le nuove tecnologie. Nel Regno Unito cinque milioni di persone sono pagate mediante le piattaforme online; di queste, più di tre milioni sono regolarmente impegnate in varie forme di "crowdworking". Ma

per questi lavoratori i vantaggi sono di gran lunga inferiori rispetto agli svantaggi, vale a dire lavoro precario senza coperture sociali, senza indennità di malattia, ferie, contributi pensionistici o garanzie di salario minimo. Così come le pratiche di crowd-sourcing non prevedono alcun pagamento a titolo di imposte sul reddito né versamento di contributi sociali. Ciò potrebbe comportare, in futuro, il rischio di mancati introiti fiscali e previdenziali per gli Stati, quindi una perdita di risorse economiche.

Di fronte a questa fotografia in chiaroscuro, in un congresso a Roma, Susanna Camusso, segretario generale della Cgil, ha evidenziato una serie di questioni aperte a proposito dell'asse sharing-lavoro. «Sebbene la ricerca sia focalizzata su Gran Bretagna e Svezia, i risultati sono rappresentativi per l'intera Europa, compresa l'Italia, dove la crescente economia detta "crowdworking" è parte del nuovo mondo del lavoro ed è innegabile che essa abbia un potenziale di sviluppo positivo per la società. In questo momento, però, stiamo vedendo principalmente l'aspetto negativo di un mercato del lavoro quasi completamente non regolamentato». Da qui, sempre secondo Camusso, la necessità di «lottare per un lavoro davvero dignitoso e di chiedere all'Ue il varo di standard minimi comunitari da applicare in tutti i Paesi».

Nonostante l'allungarsi del cono d'ombra su lavoro, fisco e previdenza; nonostante l'appello all'Unione europea perché si faccia carico di instaurare un ordine normativo in questo nuovo mondo della condivisione, resta il fatto che una rivoluzione è in corso: «Il grande pubblico se ne sta accorgendo lentamente, anche se si tratta di un cambiamento radicale dei nostri stili di vita» spiega April Rinne, una delle maggiori esperte a livello internazionale sulla sharing economy. «Un mutamento profondo: non soltanto economico, ma anche del modo di pensare, di relazionarsi con gli altri, di far parte della propria comunità. Un capovolgimento nel nome del risparmio, della sostenibilità, della collaborazione, della reciprocità e della fiducia».

Una geografia di valori che appartengono al Dna dell'economia della condivisione, la quale si presenta sempre più come una medaglia con due facce: da un lato il settore profit sta vivendo una profonda trasformazione e i numeri lo confermano, dall'altro lato, come un'effetto valanga, la sharing comincia a diffondersi nel non profit. Una tendenza

e un fenomeno sui quali è ormai necessario che si sposti l'attenzione del volontariato e, più in generale, del Terzo settore.

La mappa delle piattaforme collaborative

Cruciale a tale riguardo è il quadro che emerge dalla terza indagine sulle piattaforme collaborative presenti in Italia e che si pone l'obiettivo di approfondire lo studio della sharing economy da Nord a Sud della Penisola. Curata da Ivana Pais di Unicatt TRAILab e da Marta Mainieri di Collaboriamo.org, (piattaforma di informazione e servizi sulla sharing economy), la ricerca permette di individuare alcuni interessanti spunti di riflessione al fine di delineare le caratteristiche dei servizi attivi nel nostro Paese e osservare l'influenza economica, occupazionale e ambientale dell'affermarsi del modello collaborativo. Ecco perché i principali risultati emersi dall'analisi sono di seguito descritti utilizzando la chiave di lettura dell'impatto (che ha caratterizzato anche la presentazione dello studio nel corso di Sharity, il principale evento del settore in Italia) che la sharing economy dimostra di avere sulla società attuale.

Come rileva anche l'indagine, prima di tutto occorre focalizzarsi sull'impatto della crescita.

Come negli anni precedenti, anche nel 2016 il numero delle piattaforme collaborative attive è aumentato (più 10% rispetto al 2015). Va precisato comunque che rimane alto il tasso di mortalità, con l'11% delle piattaforme attive nel 2015 che risulta ad oggi inattivo. Rispetto al 2015, tutti i settori registrano un numero pari o superiore di piattaforme attive; i trasporti, lo scambio/affitto/vendita di oggetti e il turismo continuano a rappresentare gli ambiti dove si concentra il maggior numero di aziende collaborative. Da segnalare la crescita delle piattaforme dedicate ai servizi alle imprese, alla cultura e alla formazione.

Cresce anche il numero degli utenti della community: nello specifico, oggi il 31% delle piattaforme sharing raggiunge più di 30mila utenti (erano il 20% nel 2015). Nonostante questo, però, il mercato si dimostra ancora poco maturo, con un numero di transazioni ancora limitato e non sufficiente a garantire un ritorno economico adeguato. A questo si aggiunge la difficoltà nel trovare finanziamenti, che por-

ta gran parte degli imprenditori a investire, soprattutto inizialmente, i propri capitali personali. Anche l'ecosistema in cui sono inserite appare ancora piuttosto debole ed evidenzia rapporti frequenti delle piattaforme soltanto con clienti e fornitori.

Gli effetti su occupazione e politica

Un secondo elemento da analizzare è l'impatto sull'occupazione. I fondatori delle piattaforme italiane sono per lo più uomini, laureati, con un'età media di 39 anni e spesso con precedenti esperienze imprenditoriali. Si tratta di persone che lanciano un servizio pur mantenendo delle posizioni lavorative pregresse, diminuendo così i rischi connessi all'avvio di una nuova attività ma, sottraendo tempo ed energie fondamentali per farla crescere. Per quanto riguarda i collaboratori, in linea con quanto emerso negli anni scorsi, sono pochi i progetti con più di quindici occupati; in media si tratta di aziende con sei collaboratori.

È inoltre interessante approfondire la percezione che le piattaforme collaborative hanno del proprio impatto. Fra i benefici che dichiarano di generare, nell'ordine, troviamo: impatto relazionale, organizzativo, economico e, infine, ambientale. Quello economico e organizzativo è più forte nel settore dei servizi alle persone, dove gran parte delle piattaforme propongono in prevalenza scambi monetari; mentre quello relazionale è più forte nei trasporti dove prevale il carpooling che ha una forte componente di contatto tra persone; infine quello ambientale è più forte nel settore dello scambio/vendita/affitto oggetti dove prevalgono le piattaforme che si occupano di riuso. A fronte di queste dichiarazioni, occorre sottolineare che le piattaforme che hanno introdotto modalità per la misurazione degli impatti sono ancora poche.

Per quanto concerne invece l'impatto sulle politiche, le piattaforme collaborative italiane auspicherebbero innanzitutto un regime di favore sia in ambito fiscale, che in ambito giuridico. Queste aziende percepiscono la mancanza di una legge dedicata alla sharing economy e riconoscono l'importanza di un sistema di autoregolamentazione (per esempio un codice etico) e di una distinzione tra operatori professionali e non. Infine, relativamente all'impatto economico, come

già emerso nelle edizioni precedenti dell'indagine, anche nel 2016 la percentuale sul transato risulta il modello di business più utilizzato (per il 36% delle piattaforme è l'unico canale utilizzato), seguito dall'abbonamento, dalle sponsorizzazioni e dalla pubblicità sulla piattaforma. Gli investimenti continuano a rimanere bassi (la grande maggioranza non investe più di 50mila euro all'anno) e a interessare in prevalenza risorse umane e tecnologiche.

Millennials i protagonisti di domani


Se questa è la fotografia scattata per l'Italia, una panoramica sull'Europa - contenuta in uno studio del network internazionale PwC - ha rilevato che, nel 2015, nei principali stati europei (Svezia, Polonia, Italia, Belgio, Spagna, Germania, Olanda, Regno Unito, Francia) sono attive 275 società nel mercato della sharing economy. Sia nel Regno Unito che in Francia si contano più di 50 società, mentre sono più di 25 le imprese presenti in Germania, Spagna e nei Paesi Bassi. Meno di 25, invece, sono operanti in Svezia, Italia, Polonia e Belgio.

Questi dati possono essere letti alla luce dei diversi regimi normativi che, per esempio in Francia e nel Regno Unito, favoriscono la diffusione dei nuovi modelli di business di questo mercato.

Nel panorama europeo però l'Italia fa ancora fatica a trarre completo beneficio dalla sharing economy. Una ricerca commissionata da "PHD Italia" e condotta nel giugno 2016 dall'Università degli Studi di Pavia afferma che nel 2015 questo mercato ha generato un giro d'affari pari a 3,5 miliardi di euro e tra 10 anni potrebbe valere fino a 25 miliardi. È evidente, quindi, il ruolo ormai rilevante che ha l'economia della condivisione sugli stili di vita e i consumi degli italiani, ma allo stesso tempo è importante considerare i limiti esistenti che frenano una rapida diffusione di questi nuovi servizi. L'Italia è, infatti, tra i Paesi europei con maggior ritardo nel processo di digitalizzazione dell'economia e della società. Un dato, questo, confermato dal Digital Economy and Society Index 2016 (Dise), indice sviluppato dalla Commissione Europea per misurare il grado di diffusione del digitale nei paesi Ue, che confina l'Italia alla 25esima posizione tra i 28 Paesi dell'Unione europea.

Nel nostro Paese sono soprattutto i Millennials a utilizzare i servi-

zi di sharing economy: i giovani che appartengono ad una fascia d'età compresa tra i 18 e i 34 anni hanno, infatti, sviluppato una cultura della condivisione e dell'accesso ai beni e ai servizi più che al possesso di questi ultimi; inoltre, a causa della crisi e dei tanti cambiamenti sociali sono diventati più attenti al risparmio e alla convenienza. Per questo motivo tra i giovani servizi come quelli dell'home sharing o del car sharing trovano meno resistenza e si diffondono più facilmente. Le tecnologie e il digitale rendono più semplice ed economico trovare modi per condividere risorse, connettere persone, condividere oggetti o accedere a piattaforme di sharing già attive.

La sharing economy per crescere realmente e affermarsi come digital disruption necessita, però, di diffondersi tra tutte le fasce d'età. In Italia, infatti, il coinvolgimento degli over 34 nel target di riferimento della sharing economy porterebbe ad un mercato con valore tra lo 0,7% e l'1,3% del Pil nel 2025. Una proiezione ottimistica che sottolinea come l'innovazione e il digitale possano essere un volano per l'economia italiana. 

GRANDANGOLO

A cura di Marta Maineri
**Sharing economy:
la mappatura delle
piattaforme italiane**
Collaboriamo.org e Phd
Italia, 2015

**Un'agenda europea per
l'economia collaborativa**
Commissione Europea 2016

Cristiano Codagnone,
Fabienne Abadie, Federico
Biagi
**The Future of Work in the
Sharing Economy**
Joint Research Centre, 2016

Jeremy Rifkin
**La società a costo
marginale zero. L'internet
delle cose, l'ascesa del
«commons» collaborativo
e l'eclissi del capitalismo**
Mondadori, 2017

Arun Sundararajan
**The Sharing Economy: The
End of Employment and
the Rise of Crowd-based
Capitalism**
Mit Press, 2016

Mario A. Maggioni
**La sharing
economy**
Il Mulino, 2017

Mainieri

Sharing, non solo tecnologia ma modello di servizio per costruire la comunità

di **Silvia Cannonieri**

Fondatrice di Collaboriamo.org e curatrice di Sharitaly, evento interamente dedicato alla sharing economy in Italia, Marta Mainieri spiega come l'economia collaborativa sia portatrice di una trasformazione culturale. Non soltanto tecnologia, lo sharing è un modello di servizio che favorisce la costruzione di comunità e riporta

La fondatrice di collaboriamo.org e curatrice di Sharitaly spiega perché l'economia collaborativa abbia innescato una vera rivoluzione culturale che mette al centro la fiducia

l'idea di comportamento fondato sulla fiducia, al centro di processi di trasformazione dei territori.

Che cosa si intende per economia collaborativa e dove sta la sua componente innovativa?

Accesso e riuso sono le parole chiave attorno alle quali si è costruita la prima narrazione sulla sharing economy. Il termine inglese si potrebbe tradurre letteralmente con "economia della condivisione", ma io preferisco utilizzare il termine "economia collaborativa" che porta con sé una trasfor-

mazione più ampia e corretta secondo il mio modo di pensare.

Il modello di servizio dell'economia collaborativa favorisce l'incontro tra la domanda e l'offerta di beni, competenze, spazi o tempo. Questo distingue i servizi collaborativi da quelli tradizionali per almeno due tratti: l'abilitazione e la co-progettazione del servizio stesso.

In un modello collaborativo c'è qualcuno o qualcosa che, nella logica della piattaforma, mette in contatto la domanda e l'offerta e così facendo abilita alla co-costruzione del servizio, creando attorno ad esso una community, ovvero una comunità di interesse. Un comunità che ne condivide il valore, l'idea e che partecipa alla sua costruzione.

E questa dimensione orizzontale distingue il modello collaborativo da quello in uso nelle cooperative tradizionali che, pur nascendo attorno a una comunità di soci che condivide un valore, organizzano i servizi dall'alto e successivamente li erogano.

Un servizio collaborativo, invece, è proposto da chi ha l'idea e ha come obiettivo la costruzione della comunità di chi lo mette in pratica, ne condivide il valore e lo alimenta. Lo scambio diventa

così l'oggetto attorno al quale si costruisce una comunità, mentre l'incontro tra le persone diviene la linfa vitale del servizio. Un approccio che si sposa bene con i valori su cui si fondano le associazioni, ovvero la creazione di relazioni, di legami, di comunità, di fiducia.

Quale rapporto tra economia collaborativa e tecnologia?

La tecnologia ha abilitato e fatto conoscere l'economia collaborativa, ma oggi i servizi collaborativi stanno contaminando anche molti spazi sul territorio.

Di certo la tecnologia ne è stata il principale propulsore, consentendo di scalare, cioè di portare su un piano più ampio, qualcosa che in passato già si faceva, per renderlo un processo attivo e facilmente raggiungibile.

Quello che facevano i vicini di casa, un tempo, è stato rinnovato e reinventato attraverso la tecnologia: pensiamo alle Social street e al ruolo di Facebook. Se ho bisogno di un trapano, posso chiederlo in tempo reale nel gruppo Facebook della mia Social street e troverò in brevissimo tempo qualcuno che me lo presta. Oppure, per fare un altro esempio, in passato nessuno pensava di

mettere in condivisione una casa, mentre ora questo è reso possibile dalle tecnologie. O ancora, in passato per avere un passaggio in macchina si faceva l'autostop e se non passava nessuno si restava per lungo tempo ad aspettare che qualcuno ci caricasse. Ora non solo si può condividere un passaggio in macchina, ma lo si può anche pianificare in anticipo, ad esempio attraverso BlaBlaCar.

La tecnologia ha abilitato lo scambio e ha permesso di immaginare nuovi servizi. Ma rimane comunque uno strumento che deve essere usato solo se produce effettivamente un valore. Prendiamo ad esempio un'associazione come Recup (vedi nelle pagine seguenti la storia n.d.r), la cui attività consiste nel recuperare le eccedenze alimentari, andando nei mercati, per redistribuirle a chi ne ha bisogno. Il suo obiettivo è quello di creare una community di persone unite dall'intento di ridurre lo spreco del cibo, favorendo il matching tra chi ha interesse a donare del cibo e chi ha interesse a prenderselo. Per Recup, quindi, la creazione di una comunità nel territorio è un elemento indispensabile per il funzionamento del servizio, altrimenti la sua attività gira a

vuoto. Il modello che adotta ricalca esattamente quello di un servizio collaborativo, che mette in contatto la domanda con l'offerta e vi costruisce attorno una comunità di interesse, ma non lo fa attraverso la tecnologia, bensì attraverso il contatto diretto, ovvero andando nei mercati. La sua attività è fortemente dipendente dalla dimensione territoriale: se, ad esempio, qualcuno dona del cibo a Matera e qualcun altro ne ha bisogno a Milano, il servizio non serve a nulla. Per una realtà come Recup, di conseguenza, è molto più utile un luogo fisico di incontro tra domanda e offerta, piuttosto che un luogo virtuale. Un luogo fisico, però, che svolge lui stesso la funzione di una piattaforma.

L'elemento culturalmente rivoluzionario dell'approccio collaborativo, quindi, non è rappresentato dalla tecnologia, ma dal suo modello di servizio che può essere applicato ad ogni ambito e luogo.

La sharing è un modello di servizio che costruisce la comunità del domani e riporta l'idea di collettività, di comportamento fondato sulla fiducia al centro di processi di trasformazione

dei territori. Come questo sta accadendo?

Stiamo assistendo a una diffusione delle pratiche collaborative sempre più capillare nei territori. Stanno nascendo esperienze di mercati rionali o bar che diventano portinerie di quartiere, di edicole che diventano luoghi di incontro tra professionalità diverse, di coworking che si stanno trasformando in community hub, ovvero centri di abilitazione del territorio nei quali i cittadini possono incontrarsi.

Se è quindi vero che la tecnologia ha sicuramente aperto la strada, è altrettanto vero che i modelli collaborativi hanno iniziato a trasformare gli spazi in luoghi, trasferendo nei territori le occasioni di incontro e di scambio. La tecnologia e i social, pur con tutti i loro "lati oscuri", ci hanno abituati a metterci in contatto e a scambiare anche tra sconosciuti, innescando così un movimento culturale che impatta sui modelli organizzativi e di servizio.

Modelli che possono facilitare la ricostruzione di tessuti sociali più coesi e il recupero di una dimensione più collettiva.

Modelli che stanno iniziando a contaminare anche altri settori, quali le politiche per l'abitare,


per il welfare o i progetti di rigenerazione urbana. Ed è attraverso il loro incontro che l'online e l'offline hanno innescato delle combinazioni inedite e generative.

In un articolo per Nova del Sole 24 ore, lei parla della diffusione di vere e proprie filiere in cui il digitale e il territorio si alimentano reciprocamente.

Dai nuovi bisogni che si creano attorno alle piattaforme nascono nuovi servizi, quali ad esempio l'associazione OspitaMi, nata da un gruppo di host milanesi sul filone dell'home sharing avviato da Airbnb, che offre supporto, informazioni, convenzioni alla comunità di host che praticano la locazione turistica. Oppure i servizi anti-spreco nati sui territori dalla filiera del social eating, come il già citato Recup, o piattaforme digitali come L'Alveare che dice Sì! sorte per supportare i gruppi di acquisto, per sostenere i produttori locali e promuovere un consumo alimentare consapevole e sostenibile.

Una economia collaborativa che guarda con crescente interesse alle partnership fra servizi, i servizi collaborativi, oltre che di beni, che si alimenta nei territori e li contamina, che nasce dai bi-

sogni delle persone e che mette in contatto, attraverso piattaforme, le organizzazioni e le comunità.

Questa forte connessione con il territorio e con le comunità che lo vivono ogni giorno potrà rappresentare, per la sharing economy, la chiave per tessere una trama di nuove relazioni, per generare fiducia e senso di collettività, per innescare un modello virtuoso nel quale la tecnologia diventa uno strumento al servizio dei territori. 

GRANDANGOLO

Marta Mainieri
Collaboramo!
Hoepli, 2013

Rachel Botsman, Roo Rogers
Il consumo collaborativo. Ovvero quello che è mio è anche tuo
Franco Angeli 2017

Tiziano Bonini, Guido Smorto
Shareable! L'economia della condivisione
Edizioni di Comunità, 2017

Davide Pellegrini
Sharing economy. Perché l'economia collaborativa è il nostro futuro
Hoepli, 2017

Rachel Botsman
Di chi possiamo fidarci? Come la tecnologia ci ha uniti e perché potrebbe dividerci
Hoepli 2017

Paolo Barberis, Lorenzo Chiriatti
Sharing economy, Un'occasione da condividere
Volta paper, 2016

Vincenzo Comito
La sharing economy. Dai rischi incombenti alle opportunità possibili
Ediesse, 2016

Valentina Ferri, Elena Triolo
Condividi! La sharing economy è il futuro!
Hop!, 2016

Daniela Ostidich
Quello che è mio è tuo. Il consumo collaborativo e altre forme di consumo relazionale
Il Sole 24 Ore, 2012

web

www.collaboriamo.org
blog.p2pfoundation.net
alvearechedicesi.it



Pais

Non solo App e Internet Lo scambio digitale fa leva sulle relazioni a tu per tu

di **Silvia Cannonieri** e **Giuseppe Saponara**

Ivana Pais, una cattedra in sociologia economica all'Università Cattolica, studia delle nuove forme di lavoro nell'economia digitale, come definirebbe la sharing economy?

«Sulle definizioni c'è tanta confusione sotto il cielo e non esiste un'enciclopedia della sharing economy. Ci sono alcune cornici di riferimento, quali ad esempio

Reciprocità, redistribuzione e mercato: una contaminazione non solo tecnologica. Per la sociologa Pais è un mondo con tanti paradossi, ma a cui guarda anche il non profit

quella data dalle istituzioni europee, con la Comunicazione della Commissione al PE “Un'agenda europea per l'economia collaborativa” (giugno 2016) e la Risoluzione del Parlamento europeo di giugno 2017. Ma anche a questo livello le definizioni sono diverse tra loro. Propongo quindi di trovare una definizione dell'economia collaborativa a partire dagli elementi che la distinguono. Primo tra tutti la componente digitale: a mio parere non possiamo parlare di sharing senza far riferimento alle nuove tecnologie. Que-

sto significa che un'esperienza di solo coworking non è sharing. Se è vero che la piattaforma digitale rappresenta un elemento dal quale l'economia collaborativa non può prescindere, è anche vero che da sola non basta. Per spiegare in che modo una piattaforma digitale apre a una dimensione collaborativa mi rifaccio al modello del sociologo Karl Polanyi, che circa un secolo fa individuava tre forme di integrazione tra economia e società, che sono il mercato, la reciprocità e la redistribuzione.

Pur introducendo alcuni aspetti innovativi, molte piattaforme non fanno che riprodurre il modello classico di integrazione tra economia e società senza apportarvi un valore aggiunto. Ci sono piattaforme che innovano dal punto di vista del mercato, altre da quello della reciprocità, altre ancora della redistribuzione, ma senza uscire dalle logiche tradizionali. Sul fronte della contaminazione tra meccanismi di reciprocità e meccanismi di mercato, prendiamo come esempio Uber, una piattaforma di car sharing che veicola, attraverso le nuove tecnologie, un scambio di mercato nel quale a una richiesta di trasporto risponde un'attività di la-

voro. Certo, la piattaforma rende lo scambio più veloce e diretto, ma senza uscire da una logica di puro mercato. Differente è invece il caso di BlaBlaCar, una piattaforma di carpooling che ha alla base il medesimo meccanismo di finanziamento (venture capital), ma introduce un modello più ibrido e collaborativo rispetto a quello di mercato. In BlaBlaCar abbiamo una persona, il conducente, che mette a disposizione di altri i posti inutilizzati della sua vettura in un tragitto che effettuerebbe comunque. Così facendo, ottimizza una risorsa di cui dispone in eccesso, condividendone le spese e introducendo delle logiche di reciprocità e di interazione sociale. E' evidente che in questo secondo caso ci troviamo di fronte a una forma ibrida, che introduce un elemento innovativo nel modello di integrazione tra economia e società. In questo secondo caso possiamo parlare di economia collaborativa in cui la piattaforma abilita alla contaminazione tra la dimensione del mercato e quella della reciprocità. Il potenziale più interessante dell'economia collaborativa avviene quando attraverso il digitale si allarga la sfera della reciprocità e la si ibrida sia in di-

rezione del mercato, sia della redistribuzione.

Il nome stesso della piattaforma BlaBlaCar richiama la dimensione relazionale, le parole, l'interazione tra compagni viaggio. La sharing può offrire una marcia in più alla sfera della socialità?

L'aspetto interessante dell'economia collaborativa rispetto al volontariato sta anche nel tipo di socialità che attiva, che potremmo definire "leggera". E che il mondo del volontariato ha considerato per lungo tempo una socialità di "serie B" in quanto non riconducibile a valori di riferimento e non generativa di senso di appartenenza. Ma questa dimensione relazionale è un indiscusso valore aggiunto: come emerge da una ricerca che abbiamo condotto nel 2016 su un campione di 641 fruitori di BlaBlaCar, il risparmio e la socialità sono i due driver principali nella scelta del servizio. La dimensione relazionale rappresenta quindi, per gli utenti di Blablacar, una ragione in più per sceglierlo, per viaggiare in compagnia, anche se di sconosciuti, piuttosto che da soli. Citando la ricerca, "il servizio di carpooling, diversamente da quello di car sharing, è

caratterizzato dall'elemento relazionale e l'esperienza di viaggio e la qualità del servizio si definiscono a partire da questa dimensione". Se è vero che si tratta di una socialità "senza impegno", è altrettanto vero che davanti a una società in cui l'interazione rischia di non esserci proprio più o di trasferirsi nel mondo virtuale, in cui l'automazione consente di acquistare beni e servizi senza alcuna interazione tra persone, forse possiamo ora guardarla con maggiore entusiasmo. Se progettata intenzionalmente, la dimensione relazionale generata dall'economia collaborativa può contribuire ad arricchire il nostro tessuto sociale.

Le piattaforme di sharing rappresentano dei propulsori di socialità tout court, oppure celano dei rischi?

Il valore generativo di una piattaforma, in termini di socialità e di fiducia, non è scontato, anzi necessita che alla base vi siano l'attenzione e l'intenzionalità di ottenere questi risultati. Le piattaforme che ibridano scambio e reciprocità hanno infatti, come tutte le cose, grandi rischi accanto a delle grandi potenzialità. In

questo periodo, in cui la bolla “retorica” della sharing economy si sta sgonfiando, iniziamo a vedere gli effetti indesiderati che in alcuni casi si sono innescati ed è perciò possibile prevedere alcuni rischi.

Pensiamo a tutto il tema delle discriminazioni nell’accesso ai servizi. Sappiamo oggi che i meccanismi di scelta reciproca che sottendono alle piattaforme possono produrre discriminazioni anche molto forti, che non possiamo ancora contrastare. È quanto emerge da ricerche condotte su Airbnb negli Usa, secondo le quali gli host Airbnb preferiscono nettamente ospitare nelle proprie case i bianchi e risultano molto meno propensi verso gli afroamericani. Se in una logica di mercato una struttura alberghiera si deve attenere a norme antidiscriminatorie in virtù delle quali non può operare una selezione all’ingresso, un privato difficilmente può essere limitato nella libertà di scegliere chi ospitare a casa sua. La libertà individuale di scelta, in una interazione di questo tipo, è da un lato un principio importante, ma dall’altro può avere esiti pericolosi a livello macro. Questo ci insegna che nel momento in cui progettiamo

sistemi di questo tipo dobbiamo stare molto attenti al tipo di dinamiche che, anche involontariamente, stiamo attivando.

Se ad esempio intendiamo avvalerci dello strumento della piattaforma per promuovere opportunità di volontariato leggero, dobbiamo essere consapevoli del fatto che questo sistema potrebbe innescare dei meccanismi che non sono ancora facilmente prevedibili poiché sono diversi da quelli ai quali siamo abituati. Occorre perciò interrogarsi sui possibili rischi e sui potenziali effetti indesiderati che stiamo provocando.

Un elemento fondante dell’economia collaborativa è il meccanismo reputazionale, nel quale i giudizi dei fruitori rappresentano l’ago della bilancia. Possiamo vedere in questo fenomeno un nuovo modo di produrre fiducia tra le persone?

Di certo l’economia collaborativa introduce un nuovo elemento nei meccanismi fiduciari, ovvero quello del giudizio, dei feedback degli altri fruitori. Per alcuni studiosi, si tratta di un meccanismo che mette in circolo un’iniezione di fiducia che non può che produrre benefici a tutta la collettivi-

tà. Secondo una ricerca condotta dalla NYU Stern University e BlaBlaCar, le piattaforme digitali ci stanno traghettando verso una nuova “era della fiducia”, consentendo di scalare la fiducia interpersonale, tra sconosciuti, e sprigionando così un massiccio potenziale di collaborazione.

Da un’indagine che abbiamo condotto tra i fruitori di BlaBlaCar è emerso che loro si fidano di più delle valutazioni degli altri utenti che della carta di identità del conducente. Il fatto che la piattaforma tracci, tramite un documento di identità, i dati delle persone che stanno effettuando il viaggio, quindi che sappiano perfettamente chi è alla guida di quel veicolo in quella tratta e con quel passeggero, è a loro parere meno rilevante dei giudizi delle altre persone che hanno viaggiato con quel conducente.

Se andiamo a fondo, però, nelle logiche reputazionali, scopriamo che i meccanismi che abilitano tutte queste dinamiche hanno una serie di problemi. Sappiamo infatti che in tutte le piattaforme c’è un meccanismo di inflazione tale per cui i giudizi massimi sono almeno il 90% del totale. Le valutazioni dei fruitori sono polarizzate tra molti giudizi for-

temente positivi e pochi molto negativi. Chi è soddisfatto del servizio generalmente dà una valutazione molto positiva, chi non è per nulla soddisfatto ne dà una molto negativa e tutta la fascia di mezzo generalmente preferisce non valutare. La cosa interessante di questi meccanismi sono quindi i non giudizi, ovvero tutta la fascia intermedia che preferisce non esporsi e non valutare. Questo sistema in qualche modo “falsa” le valutazioni, ma le piattaforme commerciali hanno tutto l’interesse a mantenerlo poiché polarizza le valutazioni verso l’alto e aumenta la spendibilità del servizio. Il funzionamento di rating e feedback reputazionali è quindi oggetto di evidenti distorsioni, che nei meccanismi più ibridi di mercato è difficile contrastare.

Un’altra pratica collaborativa è il crowdfunding. Ci può aiutare a collocarlo nel panorama della sharing economy?

Il crowdfunding introduce innovazione nel modello di integrazione tra economia e società, attraverso la contaminazione tra meccanismi di reciprocità e meccanismi di redistribuzione. E’ anch’esso uno strumento che af-

fianca grandi potenzialità e grandi pericoli, quindi l'intenzionalità con la quale viene progettato risulta determinante per sfruttare al meglio le prime e arginare le seconde. Un esempio concreto è l'esperienza del crowdfunding civico del Comune di Milano realizzata in collaborazione con la piattaforma Eppela. A seguito di un Avviso pubblico rivolto a imprese e organizzazioni non profit, il Comune ha selezionato alcune proposte progettuali sulla base del criterio esclusivo di pertinenza tematica con l'oggetto della call. Tali proposte sono state successivamente accolte sulla piattaforma di crowdfunding e il Comune di Milano ha contribuito con un cofinanziamento pubblico fino ad un massimo di 50 mila euro per quei progetti che sono riusciti a raggiungere almeno il 50% dell'obiettivo stabilito attraverso la raccolta di micro donazioni online.

Questa sperimentazione si colloca in un contesto nel quale il classico meccanismo di redistribuzione in cui il Comune dà i fondi alle associazioni non funziona più, a causa della contrazione delle risorse che contraddistingue questo periodo storico. Non potendo più dare fondi a

pioggia, le amministrazioni hanno avviato il meccanismo dei bandi, nei quali l'ente erogatore deve dichiarare criteri di selezione, quindi anche di esclusione, delle proposte progettuali assumendosi la responsabilità della scelta. Il meccanismo del crowdfunding civico, in questo contesto, attraverso la partecipazione alla selezione dei progetti da sostenere sposta sui cittadini parte della responsabilità. L'altra questione che si pone è chi sono e cosa fanno le associazioni che partecipano a questi processi. Se nell'immaginario collettivo questi strumenti consentono il coinvolgimento di nuove associazioni, la realtà ci dice che non è così. Tendenzialmente, infatti, sono utilizzati da enti strutturati, robusti e già abituati a interloquire con le istituzioni. Una piattaforma di crowdfunding, quindi non garantisce di per sé l'apertura a soggetti nuovi e poco strutturati: per raggiungere questo obiettivo occorre compiere una serie di scelte in fase di progettazione che orientino intenzionalmente lo strumento verso una dimensione di apertura. Un altro rischio implicito di questo meccanismo è che l'associazione stessa attivi le risorse di cui già dispone per

raggiungere quel 50% di donazioni, sapendo che così si porterà a casa il restante 50%. Per ovviare a questa distorsione, sono stati introdotti alcuni correttivi, anche se molto deboli, quali ad esempio quelli che parametrano la quota di cofinanziamento concesso non soltanto sulla quota raccolta, ma anche in relazione al numero di persone attivate. Il parametro quindi non è solo il dato economico, ma anche l'interesse che il progetto è riuscito a suscitare nel territorio, attivando tante microdonazioni.

Che differenza c'è allora tra il crowdfunding, che sfrutta il modello piattaforma, e il meccanismo dei "bandi a raccolta" delle fondazioni di comunità?

Rispetto ai modelli tradizionali di raccolta fondi, il potenziale del digitale è duplice. Se effettua una donazione con una modalità classica, ne sono a conoscenza soltanto il donatore e l'ente beneficiario. Se invece dono attraverso piattaforma e, per una qualche ragione che è stata prevista e costruita in sede di progettazione dello strumento, mi interessa comunicare questo mio gesto, la comunicazione di questa mia donazione può attivare

altre donazioni. Una piattaforma di crowdfunding può innescare un meccanismo che, se giocato bene, amplifica la visibilità delle donazioni e, anche qui, consente di scalare e attivare altre donazioni attraverso un meccanismo di cascata informativa che porta anche altri a donare. Nei crowdfunding che funzionano, quindi, le donazioni partono da una base di riferimento che avrebbe dato i soldi comunque, ma attraverso l'effetto moltiplicatore che il digitale produce è in grado di raggiungere altre comunità.

Di conseguenza, e qui veniamo a un'altra potenzialità, la piattaforma di crowdfunding facilita la contaminazione tra sfere sociali diverse. Mentre una raccolta fondi all'interno di una comunità resta tendenzialmente all'interno di quel circuito, un'operazione di crowdfunding, se progettata intenzionalmente con questo obiettivo, può consentire di uscire dai confini di una specifica comunità di interesse per aprire a opportunità di incontro con altri mondi. Prendiamo ad esempio la campagna di crowdfunding realizzata per finanziare una graphic novel che nasce con l'obiettivo di costruire un immaginario di riferimento a una nuova discipli-

na sportiva, ideata da tre ragazzi italiani, che consiste nel combattimento con la spada laser. Uno sport che si è rapidamente diffuso in tutto il mondo, attraverso una rete di apposite palestre. L'idea di costruire una graphic novel che racconti le storie delle persone che praticano questa disciplina nasce dalla necessità di dotarsi di un proprio background fantastico, anche per evitare eventuali questioni di diritti d'autore. Ne scaturisce un prodotto di alta qualità, molto apprezzato dagli appassionati di fumetto. La campagna di crowdfunding ha avuto così la possibilità di raggiungere da un lato la comunità di persone che praticano il combattimento con la spada laser e frequentano le relative palestre, inserendo come ricompensa la possibilità di diventare un personaggio del fumetto, dall'altro gli appassionati di fumetto. Altro esempio è quello della piattaforma "Rete del dono" che organizza le maratone con il personal fundraiser, ovvero un sostenitore di una specifica causa che si attiva in prima persona, avviando una raccolta fondi a favore di un'associazione in occasione di una sfida personale o sportiva, e questo avviene sempre in una logica di contami-

nazione tra comunità diverse. La piattaforma in questo caso serve non tanto per rafforzare la comunità di riferimento che si ha già, ma per aprirla e metterla in contatto con altre. Sottolineo ancora come il raggiungimento di questo obiettivo non sia automatico in una piattaforma, ma dipende dall'intenzionalità con la quale è stata costruita.

Una terza potenzialità di questi strumenti attiene anche all'ambito della trasparenza e della tracciabilità delle donazioni. Questo potrebbe essere uno degli esiti interessanti delle tecnologie blockchain. Se abbiamo la necessità di ricorrere a questi strumenti, però, vuol dire che anche dell'intermediazione dell'associazione non ci fidiamo più abbastanza e vuol dire al contempo dare per scontato che non abilitiamo nessun altro meccanismo fiduciario se non il controllo del vedere dove vanno i propri soldi. Non possiamo quindi esimerci dall'interrogarci su quanta poca fiducia ci è rimasta oggi. Rispetto ai possibili esiti negativi delle piattaforme di crowdfunding, vale la pena evidenziare il rischio di muovere prevalentemente finanziamenti "di pancia". Con il crowdfunding

non si riesce a finanziare l'attività ordinaria di un'associazione, o comunque quelle attività e progettualità che sono un po' meno di moda o meno appealing. Attività e progettualità che sono comunque indispensabili per la sopravvivenza di un'associazione e costituiscono la base sulla quale è possibile andare a costruire innovazione. In questa logica, è più facile per una piattaforma di crowdfunding finanziare un bambino in Africa, più che la maestra della scuola, sebbene la maestra della scuola sia una figura di riferimento fondamentale per la crescita del bambino. Questo ci insegna che non possiamo passare solo per questi canali poiché esiste una distorsione intrinseca al modello stesso che dobbiamo tenere in considerazione. Meglio quindi integrare le progettualità e diversificare i canali di finanziamento.

Considerati potenzialità e rischi, in quali situazioni una piattaforma di crowdfunding può essere utile a un'associazione?

Partiamo da un esempio concreto, ovvero un'associazione che si occupa di disagio psichico e che, tra le principali attività, promuove

una squadra di calcio femminile di donne con disabilità psichica. Questa associazione vuole sistemare il campo da calcio in cui la squadra si allena e a tale scopo ha necessità di raccogliere fondi.


Quando la piattaforma di crowdfunding può essere uno strumento adeguato e quando non lo è? Se attorno al campo da calcio l'associazione sviluppa una progettualità che va in direzione di apertura, ad esempio rendendo il campetto fruibile ad altri soggetti del territorio per attivare altre collaborazioni, o per renderlo luogo di incontro per altre squadre di calcio femminile, o ancora un punto di riferimento per associazioni che promuovono attività sportive per persone con disabilità, allora il crowdfunding diventa una risorsa. Se invece il campo da calcio è uno spazio destinato ai fruitori di quella associazione, allora è più indicato sollecitare donazioni tra i genitori della squadra che già si allena in quel campetto e la loro comunità di riferimento. In questo secondo caso, una piattaforma di crowdfunding non soltanto risulterebbe poco funzionale, ma andrebbe a complicare le cose. Forse sarebbe più facile

e opportuna una modalità di raccolta più relazionale e sociale.

Il crowdfunding è uno strumento potente anche se si persegue l'obiettivo di connettere le persone a interessi di nicchia che difficilmente troveranno supporto dai canali mainstream. Ad esempio, il documentario sul subbuteo difficilmente avrebbe ottenuto finanziamenti attraverso altri canali, senza una piattaforma che intercettasse le diverse comunità di appassionati di subbuteo diffuse a livello internazionale. Anche qui, è importante tenere sotto controllo i rischi, consapevoli del fatto che stiamo attivando dinamiche ambigue. Un potenziale rischio dell'utilizzo del crowdfunding per questo scopo è quello di contribuire a creare delle costellazioni di micro comunità di interesse che non comunicano tra loro.

In conclusione, questi strumenti, se opportunamente progettati, possono certamente facilitare nelle associazioni una dimensione di apertura e contaminazione tra mondi che magari possono poi tradursi in collaborazioni reali sul territorio?

Ma non c'è una ricetta, in quanto

ogni storia è una storia a sé e il risultato dipende dall'intenzionalità con cui si va online, che può essere quella di rafforzare la propria comunità o di aprirsi verso l'esterno per intercettarne altre. Difficile suggerire una direzione da prendere, perché questa dipende dalla singola strategia che sta dietro. Potenzialmente questi strumenti si prestano sia per l'uno sia per l'altro obiettivo. Sono strumenti potenti, più facili ed economici di altri, ma con potenzialità ed esiti che dipendono dall'idea che c'è dietro. Possiamo dirci però, a partire dalle osservazioni e dai numerosi elementi già raccolti, che i tempi sono maturi per passare a una fase di monitoraggio e valutazione di queste esperienze, azioni sulle quali ci si è concentrati ancora troppo poco, per capire meglio cosa stanno generando. 

GRANDANGOLO

Ivana Pais, Paola Peretti,
Chiara Spinelli
**Crowdfunding: la
via collaborativa
all'imprenditorialità**
Egea, 2018



Le sfide

Conti a posto e fisco equo

La dottrina Orsi in sei punti con trucchi e consigli utili

di **Paolo Marelli**

Consigli, trucchi e mosse da seguire. Una lezione in sei punti. Tante sono le indicazioni per le organizzazioni di volontariato che vogliono mettere in pratica la condivisione di servizi, risorse, capitale umano e beni. È questa la “dottrina” di Janelle Orsi, guru della sharing economy, una delle voci più ascoltate e influenti del pianeta collaborazione che, insieme ad April Rinne e Arun Sundararajan, forma un trio di profeti della sostenibilità e del risparmio etico per un mondo più equo, libero e democratico.

Avvocato che vive e lavora a Oakland, nella baia di San Francisco, in California, Orsi detta, in un articolo scritto nel suo blog sharingsolutions.com, le nuove “regole” che gli enti del Terzo settore dovrebbero

L'avvocato Janelle Orsi, uno dei guru dalla sharing economy, illustra la sua ricetta di suggerimenti pratici per le Odv che vogliono condividere tra loro e con i privati

applicare se intendono fare della condivisione un trampolino di crescita e sviluppo della comunità ed ergersi a protagonisti della rivoluzione culturale in corso.

Primo: due diligence (verifica dei dati di bilancio di un ente). Secondo: accordo di condivisione. Terzo: gestione delle relazioni. Quarto: perseguimento di finalità esenti da imposta. Quinto: nessuna concessione di benefici ai privati. Sesto: rispetto delle norme fiscali. Eccoli i sei pilastri dell'insegnamento dell'avvocato Orsi.

Esortazioni che rimbalzano dagli Stati Uniti a casa nostra. Una carrellata di raccomandazioni che, come lei spiega, le ha redatte sulla base e tenendo conto delle opinioni raccolte in tanti anni di consulenze. Un'attività legale che l'ha portata a lavorare con imprese sociali, organizzazioni non profit, cooperative, orti condivisi, comunità di cohousing, ecovillaggi e altri enti che svolgono lavori innovativi per cambiare il mondo con l'arma della solidarietà e condivisione.

Ma non solo: questi sei principi sono anche il distillato della sua attività di cofondatrice e direttrice del Sustainable Economies Law Center di Oakland, i cui uffici offrono consulenza in materia di diritto a vantaggio della comunità locale.

Dalla due diligence alle norme fiscali

Quelli dispensati dall'avvocato Orsi sono suggerimenti tattici e consigli pratici per un'organizzazione non profit che si accinga ad avviare un percorso di condivisione. Si comincia con la due *diligence*: «Prima di stipulare un accordo di condivisione, un'associazione senza scopo di lucro dovrebbe condurre una verifica dei dati di bilancio, in particolare assicurandosi che l'altra parte disponga delle risorse e della capacità fino in fondo all'intesa che si vuole siglare».

In secondo luogo, occorre stipulare un accordo scritto. Questo è aspetto fondamentale perché aiuterà a garantire che le parti «rimangano responsabili e fedeli al progetto di condivisione, anche se ci dovesse essere un turnover del personale». Ma, oltre «ai tanti elementi da includere nell'accordo di collaborazione, molto importante è come annullare la condivisione, in altre parole, il piano di uscita. Nella misura in cui la condivisione colmerà delle lacune, la non condivisione ne creerà delle nuove, a meno che le parti non le pianifichino» e sappiano che cosa fare. Il terzo passaggio evidenzia, da un lato, «l'importanza di gestire le relazioni nell'ambito della condivisione,

soprattutto se un'organizzazione, nel corso del tempo è riuscita a costruire una ramificata rete di contatti». Dall'altro la messa a punto di un sistema che tenga traccia di ciò che si è condiviso. L'obiettivo è di assicurare trasparenza e controlli costanti per mezzo di un monitoraggio continuo».

Il quarto punto tocca il tasto dell'etica e, in particolare, il rispetto delle regole fiscali. Sebbene la normativa in materia sia differente in ogni singolo Stato, c'è un minimo comune denominatore che trasversalmente deve valere ovunque: «Mai la condivisione comporti attività che tanto si allontanino dalle finalità dell'associazione quanto si avvicinino alla ricerca di esenzioni fiscali a tutti i costi».

E sulla stessa lunghezza d'onda, e sempre in nome della legalità, si posiziona anche il quinto punto: «Quando si intavola un'attività di condivisione con enti privati o aziende, un'associazione senza scopo di lucro dovrebbe fare attenzione a evitare vantaggi impropri». Tradotto: «Se qualora si verificassero delle convenienze o dei «guadagni» per privati, essi non potrebbero che essere di natura strettamente “accidentale”». Inoltre, «l'accordo di condivisione dovrebbe essere equo per le organizzazioni non profit e negoziato a condizioni di mercato», per scongiurare d'incorrere in un caso di concorrenza sleale o, per esempio, nel mancato rispetto delle norme contrattuali in materiale occupazionale e previdenziale.

Ecco perché sarebbe «una buona idea assicurarsi di quale sia il “prezzo” per un'intesa con i privati e quale il giovamento per una realtà del Terzo settore».

La sesta disposizione elaborata dall'avvocato Orsi concerne le detrazioni fiscali: «Nel caso qualcuno si stia chiedendo se sia corretto condividere per ottenere vantaggi erariali, la risposta è secco no».

Condivisione e difesa dell'autonomia

Oltre a scrivere abitualmente per la bibbia online della condivisione, il sito shareable.net, la Orsi è autrice anche del libro “Practicing Law in Sharing Economy” e ha firmato (“The Sharing Solution”) una guida pratica e legale per cooperare e condividere risorse di ogni tipo. Dunque una lunga esperienza frutto sia di tanti anni di ricerca che di competenze maturate sul campo, uno scrigno di conoscenze che

possono aiutarci a rispondere a una serie di interrogativi sollevati sul binomio sharing-non profit. A cominciare dalla domanda se le organizzazioni di volontariato, beneficiando della condivisione, rischiano o meno di perdere la propria autonomia?

Risponde Orsi: «No. Anche se molto dipendente da ciò che si condivide. Per esempio, di recente ho raccolto un volantino con il quale una compagnia teatrale chiedeva un piccolo spazio da utilizzare come magazzino in una zona densamente popolata di San Francisco dove gli affitti sono alle stelle. All'ente non profit bastava una cantina, una soffitta, un locale vuoto oppure un garage per lo stoccaggio di costumi, set e oggetti di scena. Un'idea fantastica: per i donatori, era un modo per non donare tempo e denaro, e per l'organizzazione, era un posto dove riporre gigantesche teste di elefanti di cartapesta, maschere, abiti e attrezzi nel periodo dell'anno in cui non portano in giro i loro spettacoli per bambini in età scolare. Ovviamente le offerte sono state numerose. Ma cosa più importante, la compagnia teatrale ha soddisfatto il proprio bisogno e non ha smarrito ovviamente l'autonomia. E questo è un chiaro esempio di condivisione».

Tornando al cuore della questione: che dire della condivisione preservando l'autonomia e non creando intralci? «Invece di concentrarsi sulle collaborazioni in cui le organizzazioni forniscono servizi congiuntamente - risponde Orsi -, meglio focalizzarsi sulla condivisione dei costi generali e delle esigenze correlate, come le funzioni amministrative e lo spazio fisico, per suggellare i quali di solito è sufficiente non più di un accordo scritto tra le parti, quello che spesso è definito "memorandum d'intesa".

Per esempio: consideriamo un'organizzazione di difesa ambientale e un gruppo di protezione civile: entrambi potrebbero lavorare insieme. Infatti, anche se i loro obiettivi sono diversi, i mezzi per raggiungerli hanno parecchie somiglianze e offrire servizi complementari. Potrebbero condividere uffici, arredi, telefoni, computer, staff amministrativo. Potrebbero alternarsi nei picchi di attività: una parte durante il giorno e dal lunedì al venerdì, l'altra la sera e nel fine settimana. Basta poco: buona volontà, flessibilità, spirito di adattamento e collaborazione».

Collaborazione che, puntualizza l'avvocato della California, non va

confusa né con le fusioni tra associazioni, né con le partnership con aziende o istituzioni private.

Quel legame tra organizzazioni non profit

Tra donatori, stakeholders e fundraiser circola, tanto in Nord America quanto in Europa e in Italia, l'opinione che i fondi concessi, stanziati o raccolti abbiano «un impatto maggiore se due o più organizzazioni con missioni correlate si uniscono per raggiungere una fine a cui mirano reciprocamente», osserva Orsi. E se ciò è in parte vero, è altrettanto vero che su tale ipotesi ci sono pareri discordanti. Soprattutto su quali servizi della collaborazione debbano essere forniti e come.

L'avvocato esperta di sharing economy tiene poi a sottolineare che non va confusa la condivisione con la cosiddetta “ristrutturazione strategica”, vale a dire, in parole meno eleganti, gli accorpamenti tra due o più enti del Terzo settore.

Spiega: «Le fusioni senza scopo di lucro sono diventate un argomento scottante ultimamente. Non a caso, numerosi analisti hanno predetto un boom delle fusioni senza fini di lucro. Hanno pure ipotizzato che sarebbe stata una tattica di sopravvivenza cruciale per le organizzazioni non profit. E le società specializzate nel facilitare le fusioni dichiarano di essere oggi molto più impegnate che nel passato».

Forza della vicinanza e acquisti di gruppo

In futuro invece non si esclude che peseranno maggiormente sui bilanci delle associazioni di volontariato i costi per l'affitto e la gestione di sedi, uffici e magazzini. Prezzi che si mangiano già in media un quarto delle risorse economiche di ciascuna realtà non profit. E pare una tendenza destinata a salire. Ecco perché, evidenzia Orsi, «le organizzazioni stanno condividendo sempre più lo spazio di lavoro. Così facendo, si tagliano i costi non solo di locazione, ma anche di attrezzature, utenze e personale. Questo però non l'unico modo: per esempio, un'organizzazione che distribuisce pasti gratuiti potrebbe usare la cucina di una caffetteria per colazioni benefiche. Dal momento che caffè e cappuccini si consumano al mattino, la sera i volontari potrebbero utilizzare i fornelli. Inoltre, c'è da considerare un altro aspetto: quando le associazioni condividono gli spazi si crea

quella che chiamo l'impollinazione incrociata. Cioè, incubazione di idee, maggiore visibilità e, talvolta, più divertimento e coinvolgimento grazie al potere della vicinanza».

La stessa forza della condivisione degli spazi spinge Orsi a riflettere anche sulla «grande opportunità del co-working per le organizzazioni non profit, dove si mettono in comune, oltre alle scrivanie, anche competenze, energie, esperienze e l'entusiasmo di lavorare gomito a gomito con persone che gratuitamente si impegnano nel sociale e nel non profit». «Altre volte però la condivisione dello spazio e dello staff - continua - vanno di pari passo. Per esempio, le organizzazioni che condividono un ufficio potrebbero persino acquistare e usare insieme sistemi e software per computer. Altre funzioni che potrebbero essere combinate sono finanza e contabilità, marketing e raccolta di fondi». E ancora: «Un orto comunitario potrebbe condividere l'attrezzatura con un'azienda che si occupa di tutela del paesaggio. Mentre il paesaggista riposa durante il fine settimana, il gruppo di volontari giardinieri può utilizzare pale, cesoie e rastrelli per le sue attività il sabato e la domenica. Oppure le bande musicali potrebbero unire le proprie risorse e, quando non hanno in calendario concerti, prestare strumenti e spartiti ai detenuti».

Una lista di esempi che potrebbe allungarsi a dismisura e che in buona sostanza mostra come, grazie alla sharing, si aprano infinite strade di collaborazione nel Terzo settore. Per l'avvocato Orsi c'è infine un altro tipo di condivisione: l'acquisto collettivo. «Le organizzazioni non profit possono anche riunirsi per negoziare collettivamente beni e servizi, al fine di ricevere più tariffe competitive e sconti per grandi quantità.

Inventario, brainstorming ed eventi ad hoc

Se il non profit si sta rivelando un terreno fertile per la sharing e se le organizzazioni possono beneficiare dei frutti della condivisione, occorre però interrogarsi su come si possa rafforzare o promuovere ulteriormente la condivisione tra le associazioni solidali.

Orsi suggerisce anzitutto di «identificare le risorse e le capacità condivisibili delle organizzazioni, dato che viviamo in un mondo pieno di risorse sottoutilizzate. Le organizzazioni non profit hanno spesso

armadi pieni di attrezzature inutilizzate, spazi per uffici non in uso o personale i cui talenti non sono pienamente espressi o apprezzati. Fare un inventario di queste risorse, magari attraverso un brainstorming di gruppo, è un buon punto di partenza». Poi occorre «individuare i bisogni e trovare modi condivisibili per soddisfarli: per esempio, numerose organizzazioni hanno la necessità di tagliare i costi e fare di più con meno».

Per questa via si giunge così davanti all'ostacoli più difficile da superare: «Trovare il partner giusto per avviare un percorso di condivisione». Come fare? Un aiuto a tale scopo arriva dal web. Nel Regno Unito, per esempio, opera una comunità online la VCS Collaborate che ha l'obiettivo di gettare ponti fra le organizzazioni e facilitare il processo di condivisione. Un sito simile in India è KarmaYog, che consente alle realtà non profit di pubblicare richieste e offerte al fine di collaborare tra loro. «Al di fuori di Internet - conclude Orsi -, potrebbero esserci eventi organizzati appositamente per riunire le organizzazioni non profit per discutere delle esigenze e dei modi per aiutarsi a vicenda». 📌

GRANDANGOLO

Janelle Orsi
Practicing Law in Sharing Economy
 American Bar Association, 2013

Emily Duskow, Janelle Orsi
The Sharing Solution: How to Save Money, Simplify Your Life & Build Community
 Nolo, 2009

Sarah Pearson, Paul Stacey
Made With Creative Commons
 Ctrl+Alt+Delete Books, 2017

Trebor Scholz
Il cooperativismo di piattaforma
www.alleanzacooperative.it

Nathan Schneider, Trebor Scholz
Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism
 OR Books, 2017

Margret Aldrich
The Little Free Library Book
 Coffee House Press, 2015

web
www.shareable.net



Scenario

Quale welfare ci salverà? Collaborazione, modello di inclusione e benessere

di **Paolo Marelli**

Badanti e baby sitter alimenterebbero in Italia un giro d'affari che supererebbe in totale i nove miliardi di euro l'anno. Una montagna di soldi ai margini dell'economia sommersa, come hanno calcolato alla School of Management dell'Università Bocconi di Milano. Ma non è soltanto una cifra da capogiro: è un segnale di come le famiglie preferiscano auto organizzarsi con servizi privati ritenuti più flessibili e quindi migliori (per loro) rispetto all'offerta del pubblico.

E, sebbene gli esempi potrebbero moltiplicarsi, questo fotogramma già da solo inquadra l'attuale stato di salute del Welfare nel nostro Paese. Con la spesa statale e locale in continua contrazione, con le rigidità

I tagli alla spesa pubblica, aprono all'economia della condivisione che può indicare la rotta per una riforma dello Stato sociale, con un ruolo anche per il non profit

amministrative nell'impiego delle risorse, con la sostenibilità di prestazioni sempre più in affanno.

Risultato? Lo spirito di comunità si assottiglia, le fasce

deboli sono sempre più deboli, mentre la sfiducia nei servizi pubblici cresce, come la frammentazione e l'isolamento delle famiglie. Eppure l'Italia ha una delle spese sociali più alte d'Europa. Secondo Eurostat (l'agenzia statistica europea), nel 2015 abbiamo destinato il 30% del Pil agli interventi sociali, un dato in aumento rispetto al 28,9% del 2010. Ma se quasi un terzo del Prodotto interno lordo è sborsato per il Welfare ogni anno, perché continuano a piovere lamentele per come funzionano i servizi? Forse perché il 58,5% di questi fondi va alle pensioni e solo le briciole alle politiche per la casa (0,9%) e agli interventi per contrastare l'esclusione sociale? La media europea per queste due ultime voci è del 4,1%.

Peggio dell'Italia solo Grecia (0,6%) ed Estonia (0,7%). Anche la spesa per la Sanità e per il sostegno ai disabili è più bassa della media europea: 28,9% contro 37,3%. Così come gli interventi per le famiglie e i figli: 6% contro 8,6%. Questi numeri non fanno sconti: dalla comparazione europea emerge che le politiche sociali in Italia andrebbero riviste.

Welfare di comunità e generativo

Eppure i sintomi di crisi del Welfare non sono di oggi. Gli studiosi osservano che risalgono almeno alla fine degli anni '70 sia in Italia sia nel resto d'Europa. È da allora che si cominciò a osservare quanto lo Stato sociale stesse diventando un peso insormontabile per la finanza pubblica. Con i più critici che denunciavano quanto il Welfare fiaccasse il libero spirito imprenditoriale, minasse la crescita economica delle nazioni, incentivasse persino comportamenti opportunisti dei cittadini.

Quarant'anni dopo si discute ancora di necessità di riforma e ridimensionamento del Welfare state.

È vero che qualcosa è stato fatto: nel 2009 la Commissione Europea invitava a ripensare al Welfare state «come un fattore produttivo» e non solo come «un impedimento alla crescita economica». Una tesi sostenuta per esempio dal pedagogista Luciano Pasqualotto nel suo libro "Rendere generativo il lavoro sociale. Guida per operatori ed amministratori locali". Secondo il docente dell'Università di Verona, la funzione del Welfare non si esaurirebbe nella semplice erogazione

di prestazioni economicamente sostenibili in risposta ai bisogni dei cittadini, ma dovrebbe contribuire ad accrescere il “capitale sociale” di una comunità, grazie a solidarietà, reciprocità, fiducia e sussidiarietà. Una mappa di valori che fanno intuire un ruolo sempre più cruciale per il volontariato. Oggi più che mai rispetto al passato, il non profit è impegnato su diversi fronti della società civile. Sono in continuo aumento le risposte offerte ai bisogni dei più deboli e tutela dei beni comuni. È altrettanto vero che proprio la generatività, negli ultimi anni, è diventata il paradigma metodologico e operativo del cosiddetto Welfare di comunità: ci sono bisogni sociali e assistenziali cui è possibile rispondere senza far per forza ricorso a specialisti, piuttosto affidandosi a relazioni di prossimità e di vicinato, da sempre punti di forza del Terzo settore. La proposta però non è nuova. Nel “Libro bianco sul futuro del modello sociale” del 2009, il ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche sociali indicava nel Welfare comunitario - composto da una rete di persone, famiglie, imprese profit e organizzazioni del Terzo settore - il luogo dove rifondare la protezione sociale. In quest’ottica, dal 2012, la Fondazione Zancan di Padova porta avanti un modello di Welfare generativo, grazie al quale l’assistenza sociale tradizionale si trasforma in promozione delle persone e delle comunità locali, abbandonando la logica del costo per approdare a quella dell’investimento sociale.

Se la sharing indica una nuova rotta

Welfare generativo, welfare di comunità, welfare aziendale¹ sono tutti tentativi in gioco nella partita a scacchi per ridisegnare lo Stato sociale. E negli ultimi anni sono diventati i termini che scandiscono il linguaggio degli operatori sociali. Termini a cui però ora se ne aggiunge uno nuovo: sharing welfare.

Università, istituzioni pubbliche e private, fondazioni, sindacati, associazioni d’impresa ed enti culturali ne parlano nei loro dibattiti, incontri, convegni. Pagine e pagine sono state pubblicate. Ma nessuno (per ora) ha scoperto e ha dimostrato se e come il sharing welfare,

¹ È l’insieme delle iniziative di natura contrattuale o unilaterali da parte del datore di lavoro volte a incrementare il benessere del lavoratore e della sua famiglia attraverso una diversa ripartizione della retribuzione, che può consistere sia in benefit di natura monetaria sia nella fornitura di servizi.

figlio della sharing economy, possa garantire il futuro delle prestazioni sociali, soprattutto alle fasce più deboli. Tuttavia all'orizzonte non mancano indizi per una risposta positiva.

Alcuni raccolti da Silvia Rensi e Flaviano Zandonai di Iris Network (Istituti di ricerca sull'impresa sociale) sul fatto che le tecnologie digitali mettendo in contatto le persone, consentano di promuovere l'utilizzo condiviso di alcune risorse.

Altri dal sociologo Davide Arcidiacono che, seppur rimarcando come la sharing economy con le sue grandi piattaforme non sembri aver ridotto le disuguaglianze («Semmai le ha acuite distribuendo in maniera diseguale possibilità e benefici della collaborazione»), sottolinea come un nuovo welfare possa oggi utilmente adottare la logica della condivisione e della collaborazione come «humus» etico-culturale ed economico-organizzativo. E possa stimolare la sharing economy a capire come potrebbe essere opportunità di inclusione e benessere, soprattutto per i gruppi a basso reddito.

Altri ancora dalla sociologa Marinella Sibilla sulla complessità dell'attuale contesto sociale, l'insorgere di nuovi bisogni, la riduzione dei fondi a disposizione delle politiche di welfare, impone un ripensamento dei vecchi sistemi di protezione sociale. È importante sviluppare forme di cittadinanza attiva, con approccio bottom-up, che consentano ai singoli cittadini di essere coautori del proprio *well being* che, per essere realmente tale, va condiviso. È il principio base della sharing economy, con la sua più specifica declinazione dello sharing welfare.

Nello sharing welfare spazio anche al non profit

Piccoli tasselli che permettono di comporre solo parzialmente un quadro. A cominciare da ciò che hanno scritto sulla rivista "Welfare oggi", Rensi e Zandonai. I due studiosi sostengono che, dietro un apparente immobilismo, in realtà il welfare italiano stia cambiando. Osservano: «Dietro l'efficientismo della spending review e dell'outsourcing, dietro le polemiche sui "livelli essenziali" e i diritti acquisiti, dietro la pianificazione territoriale dei "sistemi integrati" sono attivi, e non da oggi, profondi processi di trasformazione che la sharing economy può accelerare, in particolare per quanto riguarda

tre aspetti: una maggiore personalizzazione delle prestazioni, l'assunzione di una natura più marcatamente produttiva e un più significativo coinvolgimento dei beneficiari». Inoltre rilevano che «a prima vista questi macro trend sembrano minare i pilastri del classico welfare state, che non produce ma redistribuisce le risorse raccolte attraverso la tassazione, che vede la pubblica amministrazione come monopolista della governance e dell'esecuzione delle prestazioni (anche attraverso le sue catene di subfornitura) e che garantisce l'accesso alla protezione sociale in senso universalistico.

In realtà l'innovazione sociale della sharing economy è una modalità attraverso cui l'impianto della protezione sociale può essere ridisegnato alla base pur senza stravolgerlo nelle finalità, realizzando in questo modo quel percorso di riforma che per via normativa è stato effettuato solo parzialmente. In questo senso la soluzione sta, probabilmente, nella combinazione delle due parole chiave oggi più in voga: "generatività" e "condivisione".

Lo sharing welfare, per essere tale, deve infatti poter contare su piattaforme popolate da una pluralità di soggetti che, a diverso titolo, agiscono secondo una logica di coproduzione, valorizzando come risorse competenze, economie e infrastrutture che nell'ottica del dualismo produzione/consumo, non erano riconosciute come tali».

Rensi e Zandonai arricchiscono il loro ragionamento con alcuni esempi. «L'utilizzo di monete complementari e di banche del tempo digitali per costituire una "dote" da assegnare a beneficiari di percorsi di inclusione sociale e lavorativa affinché possano investirla all'interno di circuiti economici e sociali allargati (imprese, esercizi commerciali, singoli cittadini, organizzazioni pubbliche e non profit) e strutturati sulla base di relazioni fiduciarie e collaborative.

Oppure l'utilizzo personalizzato di piattaforme di sharing economy già esistenti per ampliare e rendere più flessibile e accessibile la mobilità di soggetti deboli, favorendo un più efficace utilizzo dei servizi sociali e, in senso lato, incrementando le opportunità di "vita attiva" grazie a un sistema di trasporto che ai conducenti restituisce economia e, in senso lato, elementi di soddisfazione per prestazioni sociali sui generis che erogano svolgendo la loro consueta attività di spostamento. E ancora, la costruzione di servizi di prossimità e di vicinato

grazie a infrastrutture come le social street che tracciano – grazie a un’inedita combinazione di relazionalità on line e face to face – nuovi modelli di comunità collaborativa in grado sia di autoprodurre beni e servizi di protezione sociale, sia di acquisirli agendo come un gruppo di acquisto che fa leva su economie di scala e su una “intelligenza collettiva” che consente di selezionare e di allocare meglio le risorse del fornitore (per esempio la “badante di condominio”)».

Ma che cosa manca allo sharing welfare per passare dalle parole ai fatti e far decollare quei processi di trasformazione già in atto?

«Due elementi - rispondono Rensi e Zandonai -. Da un lato, una community per gli innovatori sociali, capace di agire trasversalmente alle organizzazioni e concentrata principalmente intorno a elementi di design del servizio. Dall’altro, un ecosistema di investitori che apporti risorse attendendo come ritorno un impatto sociale positivo e rendicontabile.

È il caso, per esempio, di Fondazione Cariplo, che ha lanciato un bando per premiare progetti di “welfare di comunità” che dovrebbe fare da apripista per nuove politiche dove la protezione sociale si combina con lo sviluppo locale, anche per via digitale». Inoltre i due studiosi indicano un’ultima sfida da provare a vincere: «Aggregare non solo la domanda ma anche l’offerta di welfare in un ambito caratterizzato da una frammentazione molto accentuata (micro imprese, partite Iva, lavoro in somministrazione).

La soluzione si colloca lungo la “sottile linea rossa” tra sharing e on demand economy e dove la mission sociale consiste nell’abbassare le asimmetrie informative rispetto all’utente e nel garantire più qualità e dignità del lavoro in quella che ormai viene definita “white economy”. È forse questa la principale sfida che attende i soggetti del Terzo settore che sono chiamati ad operare non solo come diretti erogatori delle prestazioni per conto delle agenzie pubbliche, ma come una vera e propria dorsale dello sharing welfare».

Infine Rensi e Zandonai sottolineano: «Tutto questo però richiede notevoli cambiamenti a livello organizzativo e di cultura del lavoro sociale che potranno essere realizzati in maniera efficace e sostenibile solo attraverso la ricerca intenzionale di una relazione non estemporanea con gli attori dell’innovazione tecnologica».

La sharing economy per un nuovo welfare

Un'importante traccia di lavoro su sharing e welfare arriva anche a Davide Arcidiacono, ricercatore in sociologia dei processi economici e del lavoro all'Università Cattolica di Milano. In un suo articolo per il mensile "Animazione sociale", scrive che «la sharing economy appare, alla luce delle riflessioni teoriche ed empiriche fin qui riportate, un paradigma ancora in transizione, ovvero incapace di esprimere allo stato attuale le potenzialità di un modello alternativo di sviluppo e di welfare».

E aggiunge che è «nel disallineamento tra obiettivi socio-relazionali dell'economia di condivisione e gli scarsi risultati in termini di attenuazione delle diseguaglianze o di inclusività dei soggetti in condizione di marginalità, che si potrebbe sviluppare una grande quantità di nuovi servizi sharing».

Per Arcidiacono, «alcuni caratteri costitutivi della sharing economy la rendono un modello assai interessante in un momento di ripensamento dei sistemi di benessere sociale. Prima di tutto per la sua capacità di integrare in sé forme di scambio differenti (reciprocità, redistribuzione e mercato). Si tratta quindi di un modello aperto all'ibridazione che libera ampi margini di azione e creatività innovativa per economie generative, soprattutto per il Terzo settore».

Secondo il ricercatore della Cattolica appare evidente che «la sharing economy, richiamandosi al concetto di comunità, appare il terreno ideale per sviluppare nuove connessioni e sodalizi all'interno del welfare mix, con nuove opportunità di scalabilità per i numerosi esperimenti locali di secondo welfare».

Così come «un altro fattore importante della sharing economy nei processi di ricalibratura del welfare è il suo orientamento a ridisegnare catene del valore meno asimmetriche e più trasparenti, con la garanzia di un elevato livello di personalizzazione di servizio rispetto ai bisogni e alle peculiarità degli utenti. Altrettanto coerente il fatto che questo paradigma si basi su un'elevata capacità di attivazione e coproduzione dei beneficiari/ utilizzatori, capace di ottimizzare i processi in un momento in cui la scarsità di nuove risorse è percepita come il problema più grande».


Infine Arcidiacono insiste sul fatto che evidenziando «le comple-

mentarietà possibili tra sharing e welfare non significa tuttavia negare i processi in atto di “appropriazione” del modello della condivisione da parte del puro mercato. Né significa negare che la qualità degli ecosistemi e dell’azione politica siano fattori contestuali poco rilevanti per fare della sharing economy un nuovo paradigma del benessere sociale. Fare dell’economia collaborativa un nuovo paradigma del welfare significa oggi affrontare i deficit culturali dell’economia digitale e della condivisione, ma anche valorizzare tradizioni e pratiche già consolidate di dono e di reciprocità all’interno dei territori e che popolano questo patrimonio».

Politiche collaborative ed economie coesive

Nel coro di voci che rimarcano un impatto della sharing economy sui sistemi di welfare si leva anche quella di Marinella Sibilla, ricercatore in sociologia all’Università Lumsa di Roma.

La studiosa, in un articolo su “Prospettive sociali e sanitarie”, si focalizza sul termine collaborazione quale motore dell’economia della condivisione e aspetto fondamentale per un nuovo Stato sociale: «Quello che è cambiato è la dimensione in cui avvengono le pratiche: non solo tra poche persone che vivono nel medesimo territorio e tra cui esistono rapporti di conoscenza e di fiducia, ma ad oggi, sfruttando le potenzialità dell’utilizzo di internet e del web e dell’espansione che ne consegue, sono coinvolti nella transazione anche sconosciuti».

Conclude Sibilla: «Elemento caratterizzante le molteplici pratiche ed esperienze dell’economia collaborativa, è la condivisione, la quale non è intesa più come semplice adempimento normativo auspicato ai vertici istituzionali, ma principio volontario che si vuole instaurare tra le persone, tra i singoli cittadini, tra i vicini di casa, e più ampiamente tra coloro i quali cercano insieme di dare risposte innovative. La collaborazione definisce così un processo che ingloba anche il sistema di welfare e lo fa divenire maggiormente comunitario attraverso l’implementazione di politiche collaborative e di economie coesive, che facilitando e migliorando l’accesso e la qualità dei servizi, consente di creare collettività, ovvero di condividere un servizio per costruire relazione e generare una cultura della condivisione». 

Forum

Terzo settore e sharing I dilemmi tra pro e contro E i CSV raccolgono la sfida

di **Paola Springhetti**

Le possibili critiche alla sharing economy sono molte e, a volte, diventano vere e proprie accuse: è solo una moda, crea forme di capitalismo ancora più rigide di quelle tradizionali, porta eccessiva deregulation, precariato, evasione fiscale, consumismo, opacità fiscale, furto di dati con le relative speculazioni.

Tutte questioni che non dovrebbero piacere ai cittadini, ma soprattutto al Terzo settore e al volontariato, basato su valori inconciliabili con tutto ciò.

Abbiamo provato ad interpellare esperti ed esponenti di questo mondo, per capire che consapevolezza c'è attorno a questi problemi e se sono in qualche modo affrontabili, o almeno aggirabili. Per scoprire

Idee e proposte per non lasciare nelle mani delle multinazionali metodi e strumenti che potrebbero portare innovazione. Purché si faccia un profondo lavoro culturale in Italia

che sì, i problemi sono tanti, ma che non per questo si può evitare la sfida. Anzi, c'è chi già la sta cogliendo, anche tra i Centri di servizio per il volontariato.

GUERINI: il problema della governance

«La possibilità di utilizzare nuove tecnologie per un utilizzo diverso dei beni - portare le persone dal possesso all'uso degli oggetti - attiva nuove importanti prospettive», esordisce Giuseppe Guerini, portavoce dell'Alleanza delle Cooperative Sociali. «Però non si può negare che è anche una moda, nel senso che oggi questo concetto è diventato particolarmente smart: le piattaforme di sharing sono state capaci di veicolare un'immagine positiva, da cui è nata una distorsione nell'uso. Se analizziamo come funzionano Uber, Airbnb o Foodora e così via, vediamo che, in realtà di sharing c'è poco: quello che si condivide è il rischio di impresa o di mercato - che viene scaricato ad esempio sui raider - ma non la governance, né il guadagno. Quindi è un'economia estrattiva, come la definiva il grande e vecchio liberale Luigi Einaudi».

Ciò nonostante, è un male che l'economia sociale sia rimasta indietro, soprattutto «nell'intuire che questi nuovi modelli sono uno strumento formidabile per un rilancio dei modelli cooperativi o di quelli della cittadinanza attiva e partecipata».

Qualche esperienza esiste. Ad esempio «ci sono alcune piattaforme di tipo cooperativo per la condivisione di appartamenti. C'è un'esperienza che riguarda i bed&breakfast: diventando soci di una cooperativa, i gestori sono anche proprietari della piattaforma e in questo modo orientano le scelte. Inoltre stanno nascendo delle cooperative di raider, che in questo modo non dipendono più esclusivamente dalla piattaforma digitale. Il motivo per cui sono convinto che i soggetti dell'economia sociale devono interessarsi a questi temi e a queste opportunità tecnologiche è che il tema della partecipazione è uno dei più rilevanti, da mettere in gioco».

Senza partecipazione, infatti, gli strumenti di sharing non saranno mai strumenti di condivisione. «Nell'insieme di coloro che stanno su Twitter o su Facebook, di comunitario c'è ben poco. Nel 2016 è stata lanciata la campagna #WeAreTwitter, per l'acquisto di Twitter. Era, se vogliamo, una provocazione, ma voleva dire: noi cittadini ci mettiamo i contenuti, non siamo pagati per questo e in più veniamo derubati del valore economico dei dati. Bisognerebbe introdurre una normativa in base alla quale le piattaforme, in cui sono gli utenti che caricano

contenuti, devono condividere il valore generato, quanto meno attraverso una forma di proprietà collettiva. Un Facebook come public company prima o poi dovrà essere messo all'ordine del giorno».

E qui il discorso si allarga e mette in gioco il futuro della democrazia, «che dovrà fare i conti con le nuove tecnologie, come dimostrano gli avvenimenti di questi ultimi anni. O il Terzo settore fa i conti con tutto questo, o rischiamo che il dibattito e la partecipazione si scontrino con sistemi condizionati e controllati da società che non hanno sede in Italia e che veicolano fake news o propaganda, senza che possiamo farci nulla», conclude Guerini.

CRISIGIOVANNI: la tutela dei consumatori

Luisa Crisigiovanni, segretaria generale di Altroconsumo, affronta il tema dal punto di vista della tutela dei consumatori. «Le nuove generazioni, anche perché hanno meno disponibilità, sono in qualche modo obbligate a condividere. La novità è stata l'innovazione tecnologica che, attraverso queste piattaforme, ha permesso la condivisione anche con sconosciuti. Da una parte ci sono dei capitali, a volte anche un patrimonio ereditato in famiglia o altre potenzialità (possono essere le seconde case o del tempo disposizione o conoscenze), che vengono barattate in cambio di un microreddito o di qualche altro bene o servizio, per cui si genera valore. Su scala industriale questo è stato sfruttato da piattaforme multinazionali che hanno costruito il loro business, ma che comunque rispondono a bisogni diversi – pensiamo a Airbnb – che non avevano trovato risposta nel mercato tradizionale. Quindi da una parte c'è creazione di valore, dall'altra ci sono delle sfide, anche ambientali: sostenibilità economica e sostenibilità ambientale si sostengono reciprocamente in modelli di consumo diversi».

Crisigiovanni non è d'accordo con l'obiezione che, però, là dove si è diffusa su larga scala, la sharing economy ha creato precariato e corrosione dei diritti dei lavoratori.

«Nel 2016, quando a Ferrara abbiamo organizzato il festival sulla sharing economy, abbiamo cercato di lanciare questo messaggio: l'importanza di creare opportunità, legate all'economia della condivisione, che valorizzino competenze non ancora immesse nel mercato del

lavoro. La sharing economy ha creato opportunità, secondo le nostre analisi, per persone che altrimenti non avrebbero lavorato. In dialetto milanese si dice “piutost che nient l’è mei piutost”: cominciamo da qualcosa. Questi “lavoretti” sono nati come redditi integrativi, o come piccoli lavori per studenti o per valorizzare capitale umano altrimenti inutilizzato».

Il vero problema è la tutela del consumatore, perché «è vero che le grandi piattaforme hanno sviluppato modelli di *business multicountry* che escono dal modello peer to peer. Ma la vera economia della condivisione nasce come ambito in cui i consumatori si prestano cose o scambiano servizi: una piazza virtuale. Questo ha sconvolto anche le regole a tutela del consumatore. Quando compro da un sito di e-commerce sono tutelato: ho alcuni diritti, come quello di recesso. Se compero o ricevo un servizio da un pari, non ho lo stesso sistema di tutele. Per questo devo essere consapevole che dall’altra parte c’è un consumatore come me, al quale devo chiedere garanzie di altro tipo, magari un’assicurazione. E poi c’è anche il problema del regime fiscale e di come evitare che questi soggetti facciano concorrenza sleale a chi invece è obbligato a osservarlo».

Si potrebbe obiettare che regolamentare, in questo caso più ancora che in altri, significa soffocare.

«Per questo noi non siamo per sovraregolamentare, ma ci deve essere trasparenza. Mettiamo il caso che io abbia bisogno di un servizio di baby sitting: devo sapere se ho davanti un operatore professionale o una persona che ha solo una disponibilità di tempo. Come AltroConsumo abbiamo sempre portato avanti una posizione aperta e neutrale rispetto al tema delle tutele a 360 gradi: dall’altra parte potrebbero esserci altri consumatori, che potrebbero diventare occasionalmente operatori».

Per questo Altroconsumo ha portato avanti diverse proposte, tenendo conto di alcuni punti sensibili: il regime fiscale, se oneroso, non incoraggia non professionisti a mettersi in gioco; la necessità di una gestione trasparente (anche sull’algoritmo che è dietro le piattaforme); il vero valore che le piattaforme generano sono i dati personali che poi vengono aggregati, gestiti e sfruttati.

Il modo in cui i dati sono gestiti e sfruttati può qualificare una piat-

taforma. Senza dimenticare che «l'Italia ha anche un problema culturale: la scarsa cultura digitale, che riguarda anche l'uso delle carte di credito. Un altro valore che potrebbe portare la sharing economy, infatti, è l'emersione del nero, ma è bloccato dalle resistenze sia all'uso della carta sia in genere all'uso degli strumenti digitali».

ZANDONAI: il ruolo del non profit

«Non c'è dubbio che siamo di fronte a un cambiamento strutturale nel modo in cui si producono e si scambiano beni e servizi. Il problema è capire quale può essere l'effettivo ruolo del non profit in un contesto che sembra chiamarlo direttamente in causa: in fondo si parla di condivisione e quindi di un valore che gli è proprio», spiega Flaviano Zandonai, ricercatore di Euricse - Iris Network.

«È un fatto che le principali piattaforme sono gestite e governate da multinazionali che sono riuscite a costruirci intorno modelli for profit. Bisogna capire a quali condizioni si può stabilire un rapporto vero tra una economia basata su elementi di valore e un modello di governance non profit».

Una possibile soluzione è che «il non profit costruisca la propria piattaforma, governata in modo che la ricchezza prodotta venga redistribuita nelle comunità locali. Esistono già delle piccole esperienze e possiamo ipotizzare che succeda come per il commercio equo e solidale, che è nato come esperienza di nicchia e poi è cresciuto ed è diventato una realtà stabile. In fondo, anche le piattaforme multinazionali hanno origine sociale. Airbnb dove ha preso il suo nome? "Air" richiama il materassino gonfiabile, quello che si tira fuori nelle emergenze, per ospitare qualcuno...».

La seconda strada «è cercare di isolare, all'interno delle superpiattaforme profit, la dimensione sociale». Ipotesi che sembra ancora più difficile.

E si potrebbe aggiungere che, nella storia italiana, anche molte banche sono nate come soluzioni mutualistiche ai problemi della gente, ma poi quell'ispirazione l'hanno persa del tutto.

«È il dilemma sul ruolo del non profit. C'è stato chi ha definito "transitorie" le organizzazioni senza scopo di lucro: in fondo vivono e prosperano negli spazi che si aprono nel fallimento dello Stato o del

Mercato; il non profit è curativo, poi è destinato a scomparire quando cresce e si trasforma in altro. Oggi però la partita è più complicata e non a caso si è inventata l'impresa sociale, cioè un veicolo che consente di fare non solo advocacy, ma un modello di economia e produzione solidamente alternativo, non solo di nicchia».

Le piattaforme digitali sono un sfida: «Se il non profit si desse una piattaforma di servizi prodotti e scambiati dai cittadini o intermediati dalle organizzazioni, potrebbe costruire qualche cosa di solido. Ma per questo servirebbe una grande azione nazionale».

E sembra difficile, al momento, individuare il soggetto che possa farlo. «Ma un punto di partenza in realtà si può trovare. Penso, ad esempio, alle Fondazioni, che in questi anni hanno tanto investito sul welfare di comunità: se tutti questi progetti fossero messi in rete, l'esito potrebbe essere una piattaforma digitale, completata da una serie di contatti analogici sul territorio».

Ecco un altro punto importante: il digitale va a depauperare le relazioni sul territorio? «Credo di no. Torniamo all'esempio di Airbnb, che ha creato Airbnb Citizen, una "comunità dedicata agli host e ai viaggiatori che sostengono l'home sharing e lo considerano una risorsa per affrontare meglio le sfide sociali, economiche e ambientali del mondo". Un modo per valorizzare le relazioni: addirittura vogliono costituire un'associazione di promozione sociale».

DOMINICI: la vera questione è quella culturale

Il problema vero, però, per Piero Dominici (docente di Comunicazione pubblica all'Università di Perugia), è che «continuiamo a voler gestire e controllare la cosiddetta sharing economy senza aver minimamente compreso la complessità e le ambivalenze della sharing society, la società della condivisione».

Il ragionamento di Piero Dominici parte dalla constatazione della complessità, non soltanto dell'oggetto in discussione, ma anche del concetto stesso di sharing che «non chiama in causa soltanto quello di condivisione, ma anche quelli di compartecipazione e addirittura, in alcuni casi, interessenza, una sorta di partecipazione agli utili».

Di conseguenza, bisogna tenere conto di alcuni fattori di contesto. «Siamo di fronte ad un ecosistema globale e iperconnesso, segnato

da numerosi paradossi e da una serie di variabili, flussi, interazioni, interconnessioni, legami, meccanismi, che ne rendono le dinamiche instabili e difficilmente prevedibili. È una società ipercomplessa, in cui il trattamento e l'elaborazione delle informazioni e della stessa conoscenza sono divenute le risorse principali, che alimentano il sistema-mondo. Però alla crescita esponenziale delle opportunità di connessione, non corrisponde, almeno per ora, una crescita altrettanto significativa delle opportunità di comunicazione e di relazioni paritetiche, con la complessa questione “cultural divide” che pesa moltissimo».

In questo ecosistema ci sono paradossi di cui bisogna tenere conto. «La pervasività del digitale sta totalmente ridisegnando l'architettura delle reti – non soltanto digitali – determinando una fase di trasformazione profonda e complessa, di cui non abbiamo ancora compreso le implicazioni, e non soltanto quelle di natura epistemologica. L'errore, come detto, è continuare a pensare, immaginare, gestire e definire strategie relative alla sharing economy, senza averne compreso fino in fondo la complessità dei legami e delle interazioni, e la loro attuale debolezza. Quando parliamo della società della condivisione, ci riferiamo al fatto che non esistono soltanto scambi riconducibili ad una natura economica e razionale. Ad esempio, nella sharing economy andrebbe considerata e inserita l'economia del dono, che tende ad essere sottovalutata».

Un altro problema è legato al fatto che «i processi di innovazione e cambiamento non possono essere sempre e soltanto imposti dall'alto. Occorre lavorare anche sul lungo periodo per creare le condizioni sociali e culturali del cambiamento. È necessario impegnarsi, concretamente, nell'ambito dell'educazione, della formazione, della ricerca. Una società della condivisione, realmente tale, ha bisogno di ricostituire il legame sociale; fondamentale, in tal senso, la riattivazione di quei fondamentali meccanismi sociali che sono la fiducia e la cooperazione. Quindi, non è possibile non ripartire dal ripensare a fondo l'educazione, dal tentativo di educare in primo luogo delle persone - e non soltanto degli individui - e, in secondo luogo, dei cittadini. Bisogna educare alla libertà e alla responsabilità, che sono concetti relazionali, presuppongono, non l'io, bensì il Noi».

La tecnologia, insomma, non basta, né tanto meno bastano le leggi. «È un grande fraintendimento, continuare a pensare che il fattore tecnologico e il fattore giuridico siano condizioni necessarie - e lo sono - e sufficienti - e non lo sono - per garantire efficienza, innovazione, cambiamento e, soprattutto, inclusione: mi ripeto, bisogna lavorare e costruire dal basso le condizioni sociali e culturali di un'innovazione che, altrimenti, rischia di essere per pochi.

Bisogna pertanto agire sulla scuola, sulle agenzie di socializzazione, sul tessuto sociale. Anche perché la scuola oggi è tornata ad essere agenzia di selezione e non di emancipazione. Bisogna recuperare un'idea e una visione complessa dell'educazione, che non siano soltanto legate a questioni di natura puramente tecnica, tecnologica, applicativa. Dobbiamo riportare il vissuto, le emozioni, l'immaginario, la creatività al centro dei percorsi educativi, perché dobbiamo formare persone».

COAN: le prospettive per i Centri di servizio

Probabilmente è d'accordo con Dominici anche Federico Coan, direttore del Centro di servizio per il volontariato del Friuli Venezia Giulia (Csv Fvg): «La sharing economy oggi è una necessità, che può aprire delle prospettive, ma è anche una partita tutta da giocare: si tratta soprattutto di costruire community».

«Come Centro di servizio del Friuli Venezia Giulia stiamo ragionando, insieme a CSVnet, sulla sperimentazione di una piattaforma collaborativa del volontariato. E stiamo ragionando sulla dimensione off-line, quella che lavora sulle comunità. Lì i meccanismi e le leve sono molto diversi: sono quelli della prossimità, della fiducia, della reciprocità».

L'obiettivo è «arrivare all'elaborazione di un prototipo, ma con un metodo condiviso, partecipativo, assieme agli utenti finali della piattaforma. E quindi, con un lavoro di coinvolgimento del territorio, fatto assieme ad esempio a gruppi di associazioni».

«La piattaforma - continua Coan - permetterà la condivisione di risorse - che può essere un'aula, o uno spazio, attrezzature, automezzi o altri beni materiali, ma anche beni immateriali: conoscenze, competenze, esperienze. È chiaro però che, perché si moltiplichino le oppor-


tunità, deve scattare il meccanismo della reciprocità».

Fino ad ora nel non profit si usavano altri termini: lavorare in rete, condividere, eccetera, ma non bastano più, perché senza strumenti adeguati «rischiano di essere ambizioni, aspirazioni, più che concretizzazioni. Si tratta di fare un salto di qualità, in modo che ciò che prima era demandato allo spontaneismo, possa diventare un tema e diffondersi, fino a raggiungere quel livello di massa critica che permetta di produrre e condividere valore che appartiene ad un intero sistema».

«Ho cominciato a lavorare a questo progetto», racconta Coan, «nel 2016, ora siamo arrivati ad un progetto su carta e stiamo valutando i tempi e le risorse per arrivare, in un anno, ad un prototipo o a una demo per capire di cosa stiamo parlando. Ma ripeto: il problema non è solo il software, ma costruire dal basso una cultura della condivisione, che ancora non c'è».

L'incognita dunque è: il volontariato è pronto? «Non credo, ma la cosa che ci lascia sperare è che i cambiamenti avvengano molto velocemente».

La sperimentazione riguarda strettamente il sistema dei Centri di servizio perché «può suggerire nuovi modelli organizzativi, con il passaggio da un modello “prestazionale-chiuso” dei servizi a modelli aperti, secondo prassi e strumenti di economia collaborativa. Attraverso una adeguata piattaforma, si potrà, ad esempio, arrivare all'integrazione tra i principali servizi erogati dai Centri di servizio per il volontariato e quelli offerti in rete. In base ai servizi richiesti o consumati (i bisogni) e offerti erogati (le risorse disponibili), il Csv potrà aggiornare e rimodulare la propria offerta in funzione delle aree di fabbisogno meno coperte dall'insieme delle pratiche di scambio e condivisione, ottimizzando l'impiego delle proprie risorse e garantendo la copertura di quei servizi che il sistema non riesce ad auto-soddisfare».

Insomma, «si tratta di passare da una logica di mera “distribuzione monopolistica” delle risorse del Csv ad una logica di moltiplicazione delle risorse del volontariato e, potenzialmente, del capitale sociale dell'intera comunità, attraverso un vero e proprio Sistema Locale di Reciprocità Indiretta, basato su scambi non monetari». 



Nuova tendenza

Gemellaggi fra grandi e piccoli scambiandosi competenze ad hoc

Per gli inglesi è il twinning

di **Paolo Marelli**

C'è una nuova parola d'ordine sulla bocca dei volontari di Sua Maestà: twinning, ripetono gli inglesi. Gemellaggio è il suo "alter ego" nel vocabolario italiano. Eppure, nel lessico del non profit, il twinning è molto più di una semplice definizione. È una vera e propria filosofia, una (ancora) inesplorata frontiera nella condivisione di saperi e competenze tra realtà che fanno del volontariato la loro bandiera.

È l'essere gemelli nel cuore senza per forza esserlo nei numeri. Un concetto che si traduce in quel filo rosso che, per esempio, fa camminare a braccetto un gigante della solidarietà britannica come la Macmillan Cancer Support, (ventimila volontari in prima fila nella lotta

Dai big della solidarietà consigli su fundraising e reclutamento, i "piccoli" portano in dote i legami con la comunità: l'esperimento londinese conquista l'Europa

contro i tumori, 229 milioni di sterline di introiti dalle campagne di raccolti fondi nel 2015 pari a più di 261 milioni di euro) e l'associazione londinese Kidasha, piccola

ma preziosa organizzazione il cui obiettivo è fornire un supporto ai più poveri tra i bambini in Nepal (2.033 i bambini e ragazzi strappati a un futuro di miseria, abusi e sfruttamento nel 2017).

Ma qual è la formula vincente di un'alleanza che, a prima vista, può sembrare insolita? È il progetto pilota "Charity Twinning", che consiste in un "matrimonio di conoscenze" tra grandi e piccole realtà del non profit. La sperimentazione, lanciata nel 2013 a Londra, sta ormai dilagando anche fuori dai confini del Regno Unito. I Paesi del Nord Europa la guardano già come un modello da emulare, come un nuovo mattone nella costruzione di una solidarietà sempre più allargata, condivisa e partecipata. Anche l'Italia è pronta a fare della lezione londinese un faro che illumina una rotta tutta da esplorare nella galassia del bene nel nome della sharing.

Ma come è nato il progetto "Charity Twinning"? L'idea è stata lanciata da Charity Choice, una piattaforma di donazioni online con sede a Londra, nel tentativo di invertire una tendenza che ha preso sempre più piede in Gran Bretagna: il monopolio nella raccolta fondi delle grandi organizzazioni di volontariato a discapito delle piccole realtà che, negli ultimi anni, si sono viste drenare risorse economiche fondamentali per la loro sopravvivenza.

Secondo un'indagine pubblicata dallo stesso portale, infatti, una limitata porzione di grandi associazioni non profit (il 5%) è destinataria dell'85% delle donazioni e lasciti nel Regno Unito. Questo significa che le piccole "perle del bene", quelle che hanno entrate inferiori al milione di sterline, sono costrette a fare i salti mortali per continuare a erogare servizi alla collettività.

Saperi e pratiche in collaborazione

In un quadro così fosco, Charity Choice ha deciso di dire "no" alla guerra titanica tra Davide e Golia e di arginare, con la politica del fare, la potenza dei "giganti" nei confronti dei "nani". È nata così "Charity Twinning", una sperimentazione che ridà linfa al Terzo settore proponendo un'alleanza che favorisce la condivisione di sapere e conoscenze tra le associazioni di varie dimensioni. Un modello in cui tutti imparano e, quindi, tutti vincono. Perché le organizzazioni con numeri stellari per volontari e donazioni insegnano alle più piccole

trucchi e segreti su reclutamento e fundraising, mentre quest'ultime salgono in cattedra per dire alle grandi come rivitalizzare le relazioni con comunità e territori, più sterili e meno dirette a causa delle loro dimensioni.

«Abbiamo lanciato Charity Twinning - spiega Tanya Noronha, editore di Charity Choice - perché le associazioni di volontariato hanno bisogno di raccogliere fondi che le permettano di svolgere bene il loro lavoro, erogando servizi utili per la collettività. Le piccole organizzazioni, in particolare, non sempre hanno il tempo e le risorse per sviluppare strategie mirate di fundraising. Così, attraverso la campagna di twinning, speriamo di poter fare alleare le realtà del non profit in modo che si scambino conoscenze importanti».

Le fa eco Margaret Davidson, community manager di Charity Choice: «Per le associazioni è un'opportunità imperdibile di imparare le une dalle altre. Le piccole e grandi organizzazioni, pur con le loro differenze e i loro settori di competenza, hanno molti punti di forza e il twinning è un modo utile per dividerli».

Ma come funziona questo progetto pilota? Sono state selezionate sei associazioni di volontariato da gemellare: tre sono stelle polari della solidarietà nei loro settori di riferimento (Macmillan Cancer Support, Alzheimer's Society e Fairtrade Foundation) mentre altre tre sono egualmente preziose, ma stelle meno conosciute nella galassia non profit (Kidasha, Hope for Children e Orangutan Land Trust).

Queste sei associazioni sono state unite, così da formare tre coppie: Alzheimer's Society e Hope for Children; Fairtrade Foundation e Orangutan Land Trust; Macmillan Cancer Support e Kidasha. Quindi, è iniziata la collaborazione tra ciascuna coppia.

Incontri, confronti, brainstorming hanno scandito le relazioni tra "giganti" e "nani" per mesi, in uno scambio bidirezionale di informazioni, nozioni, strategie, trucchi e segreti su terreni di interesse comune. In particolare, la coppia di "gemelli diversi" composta dall'Alzheimer's Society e da Hope for Children si è addentrata nelle pieghe dei lasciti testamentari. Hope for Children è un'associazione fondata nel 1994 con l'obiettivo di permettere a bambini in difficoltà di vivere un'infanzia felice, garantendo loro educazione e assistenza sanitaria. Nata proprio grazie a un lascito di 5 mila sterline (5.700 euro), la re-

altà non profit è da sempre consapevole dell'impatto che questi fondi hanno per la loro sopravvivenza. Eppure, con uno staff composto solo da dodici persone e una mailing list piuttosto asciutta, tradurre in pratica questo credo sembrava difficile quanto una scalata sull'Everest. È proprio qui che è entrata in gioco l'Alzheimer's Society, una vera e propria macchina macina fondi con i suoi 12,7 milioni di sterline (30,7 milioni di euro) raccolti nel 2012 solo attraverso lasciti.

L'organizzazione è una realtà leader nella ricerca e cura delle malattie legate alla demenza senile. «Prima di confrontarci con Amanda Pearson, manager che si occupa delle donazioni da lascito all'Alzheimer Society, non ci eravamo resi conto di quanto semplici fossero i primi passi da compiere per implementare la nostra strategia di raccolta fondi», spiega soddisfatto Chris Lyne, marketing manager di Hope for Children. «Anzitutto, Amanda ci ha suggerito di creare un'apposita sezione dedicata ai lasciti sul nostro sito internet, in modo che fosse il primo varco di accesso per i potenziali donatori. Quindi ci siamo confrontati sull'opportunità di coinvolgere i nostri donatori attraverso delle newsletter. Grazie all'invio di messaggi brevi ma regolari - prosegue Chris Lyne - abbiamo iniziato a introdurre il concetto del dono nei testamenti. Questo ci ha permesso di preparare il terreno per gli appelli più diretti dei mesi successivi. Inoltre, abbiamo pensato a quanto fosse importante legare la nostra strategia di raccolta fondi attraverso lasciti alla nostra identità di associazione, nata proprio grazie a un lascito. Bisogna comunicare ai nostri supporter che quelle 5 mila sterline nel 1994 si sono trasformate nell'aiuto a 70 mila bambini svantaggiati ogni anno».

Tutte strategie senza eccessivi investimenti di tempo e denaro che hanno permesso a Hope for Children di concepire queste prime mosse come parte integrante di una vera e propria campagna di fundraising.

Una lezione sul gioco di squadra


Dal canto suo, la realtà in difesa dei più piccoli (che ha all'attivo 29 progetti in otto Paesi in Asia, Africa e Regno Unito) ha impartito all'Alzheimer's Society una lezione sul fare squadra. «È stata una grande opportunità - sottolinea Amanda Pearson - per condividere idee e opinioni con un'associazione che, nel suo essere piccola, ha

una grande forza, cioè quella di saper collaborare con più facilità gomito a gomito alla conquista di un obiettivo comune. Dal primo giorno di questa nuova avventura ho assaporato la bellezza della condivisione, della partnership tra realtà a pari livello e ho lavorato affinché l'esperienza fosse sempre un arricchimento comune e non un mio raccontare a loro cosa fare e come farlo».

Grazie al “Charity Twinning”, l'associazione Alzheimer's Society ha avviato una revisione dei processi di coinvolgimento sia all'interno dello staff dell'organizzazione sia tra la rete di sostenitori e donatori, accertandosi che i suoi appelli al dono come ultimo atto d'amore verso il prossimo fossero ancora in grado di catturare un vasto pubblico di persone.

Collaborazione proficua anche per l'associazione Fairtrade Foundation - nata per diffondere i prodotti equo-solidali senza scopo di lucro, un network che raccoglie 1,65 milioni di agricoltori e lavoratori in 74 Paesi del mondo - e Orangutan Land Trust, non profit dedicata alla conservazione e salvaguardia delle foreste come habitat naturale per gli orangotango.

«È molto importante per grandi e piccole enti condividere le proprie esperienze - dice David Finlay, responsabile delle politiche di fundraising della Fairtrade Foundation - perché, al di là della differenza nelle dimensioni, molti dei problemi che dobbiamo affrontare in questo periodo sono simili. Raccolta fondi, reclutamento di volontari e coinvolgimento di donatori sono terreni comuni da esplorare. Insieme, si possono ideare soluzioni migliori a beneficio di tutti». Semaforo verde all'iniziativa anche dall'ultima coppia di “gemelli diversi”, la Macmillan Cancer Support e l'associazione Kidasha in favore dei più piccini, che hanno lavorato in particolare sul tema del fundraising.

«Abbiamo tutti punti di forza e debolezze su cui dobbiamo lavorare, ma tutti possiamo imparare l'uno dall'altro - sintetizza Simon Phillips, direttore della strategia di fundraising di Macmillan -. È stato davvero utile poter scambiare opinioni su opportunità e sfide di associazioni che operano in ambiti diversi e che hanno un diverso raggio di azione. Ci ha ricordato che, a dispetto di forma, dimensioni e obiettivi, il Terzo settore è davvero un mondo fantastico». 



WebCultura

Wikipedia e le sue "sorelle"

Così la Rete cambia il sapere

Ora la conoscenza è collettiva

di **Elisabetta Bianchetti**

Non solo Wikipedia. Condivisione della conoscenza (la cosiddetta *knowledge sharing*) e apprendimento collaborativo (*collaborative learning* per gli internauti) sono infatti il binomio che scandisce il sapere di questa nostra epoca. Nell'era del web 3.0 dove ormai le differenze tra chi crea contenuti e chi ne usufruisce si è così assottigliata che tende a non avere più molto significato: «Viviamo in una comunità nella quale di fatto tutti collaborano per la creazione, la modifica e lo sviluppo della conoscenza e in cui tutti possono essere nel contempo produttori o "consumatori" di tali contenuti», osserva Elena Pacetti, docente al Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università di Bologna, che annovera tra i suoi

Per Elena Pacetti Internet e i social network rendono possibile un nuovo modo di organizzare la costruzione di informazioni e di comunicazioni, che sono decentralizzate e collaborative

campi di ricerca l'uso delle tecnologie come strumenti di apprendimento e la diffusione del sapere nel mondo d'oggi. «Nessuno aveva previsto che la Rete

potesse diventare così partecipativa, secondo processi dal basso verso l'alto, che permettono agli utenti di organizzarsi autonomamente in comunità di vario tipo, senza strutture gerarchiche, sulla base di una semplice motivazione: il piacere di condividere la conoscenza, le risorse, le informazioni, di mettere in comune con gli altri le proprie "preferenze" sapendo poi che gli altri faranno lo stesso.

Come oggi, nell'epoca del web 3.0, si stanno sviluppando pratiche di costruzione di conoscenze, ma anche nuove prassi relazionali?

I social network rendono possibile un nuovo modo di organizzare la costruzione di informazioni e di comunicazioni: sono decentralizzati, collaborativi, non proprietari, basati sulla condivisione di risorse e di informazioni distribuite, capaci di connettere individui che collaborano senza che ci sia un comando dall'alto, una gerarchia. La "verità" diventa necessariamente non l'opinione del singolo, ma la molteplicità dei punti di vista, delle prospettive, degli sguardi: lo scopo non è tanto di raggiungere un'opinione comune, ma di tenere conto del-

le diverse rappresentazioni della conoscenza e della sua complessità per arrivare poi a formulare la propria interpretazione.

Come cambiano invece i metodi di apprendimento?

L'uso di siti condivisi come strumento di lavoro, di costruzione e di condivisione della conoscenza in "comunità di apprendimento" o "comunità di pratica", variamente formalizzate, è indubbiamente una delle caratteristiche della cosiddetta società della conoscenza. Il fenomeno riguarda tutti gli individui e i contesti e coinvolge tutte le categorie professionali, a partire da quelle che operano nel campo dell'informazione e della comunicazione. Il diffondersi di siti condivisi attorno ai temi della formazione evidenzia una fenomenologia complessa: si va da ambienti del tutto informali a siti che prevedono la partecipazione secondo format prefissati, da comunità del tutto spontanee a comunità che propongono forme più o meno autorevoli di guida e monitoraggio, da siti che nascono attorno a progetti di ricerca o formazione locali, nazionali ed internazionali. Anche gli applicativi utilizzati sono estremamente differenti: dai

forum/wiki/blog, a repository condivise, alle nuove frontiere ancora sperimentali del social networking post-Facebook.

Che cos'è l'apprendimento collaborativo?

L'apprendimento collaborativo è una situazione in cui due o più persone imparano o tentano di imparare qualcosa insieme. A differenza dell'apprendimento individuale, le persone impegnate nell'apprendimento collaborativo capitalizzano le risorse e le abilità reciproche: chiedendosi l'un l'altro informazioni, valutando le rispettive idee, monitorando il lavoro altrui. Più specificamente, l'apprendimento collaborativo si basa sull'idea che la conoscenza può essere creata all'interno di un gruppo in cui i membri interagiscono attivamente condividendo esperienze e assumendo ruoli asimmetrici. In altre parole, l'apprendimento collaborativo fa riferimento a metodologie e ambienti in cui le persone si impegnano in un compito comune nel quale ogni individuo dipende ed è responsabile l'uno dell'altro. Questi includono sia conversazioni faccia a faccia che discussioni informatiche (forum online, chat room, per

esempio). Le attività di apprendimento collaborativo possono includere scrittura collaborativa, progetti di gruppo, risoluzione di problemi comuni, dibattiti, gruppi di studio e altre attività. La popolarità di questo metodo è aumentata soprattutto nel mondo del lavoro grazie anche all'emergere di nuovi strumenti tecnologici.

Che differenza c'è con l'apprendimento cooperativo?

Entrambi utilizzano una divisione del lavoro. Ma, mentre quello collaborativo richiede l'impegno reciproco di tutti i partecipanti e uno sforzo coordinato per risolvere il problema, quello cooperativo richiede che le persone si assumano la responsabilità di una sezione specifica e poi coordinino insieme le rispettive parti.

Infatti è usato in ambito scolastico perché aiuta a comprendere le basi della conoscenza e a capire chi ha fatto cosa e, quindi, valutare il grado di apprendimento. Tuttavia, numerosi psicologi hanno definito l'apprendimento cooperativo e l'apprendimento collaborativo allo stesso modo. Ambedue sono meccanismi di apprendimento di gruppo per ottenere un insieme di abilità o

conoscenze e dove, nel caso degli studenti, ottengono di più, ragionano meglio, acquisiscono maggiore autostima

In Italia è diffuso il metodo dell'apprendimento collaborativo?

In ambito scolastico è poco usato perché è confuso con il più tradizionale lavoro di gruppo, dove però non sono date quelle indicazioni necessarie e basilari per applicare il metodo collaborativo. Invece bisognerebbe educare a saper lavorare insieme, ad avere quelle competenze sociali che permettono di convivere anche tra persone con cui caratterialmente non ci si trova, ma che, se occorre raggiungere un obiettivo, ci si impegna a superare. La scuola italiana è molto indietro rispetto all'uso di questo metodo. È una cultura che deve crescere perché siamo ancorati a una didattica di tipo tradizionale. Un atteggiamento che incide anche in altri ambiti come per esempio quello del lavoro, dove il lavoro di squadra è fondamentale. E il trend comprende anche le organizzazioni di volontariato e di Terzo settore, pensiamo per esempio quando sono chiamate ad elaborare dei progetti.

La tecnologia è diventata quindi una leva nello sviluppo dell'apprendimento collaborativo?

Lo sviluppo di nuove tecnologie ha semplificato l'accesso a spazi condivisi, favorendo un più facile accesso alla conoscenza, soprattutto in contesti non formali e informali. Inoltre, mentre prima queste forme di apprendimento erano sperimentate in presenza, adesso, i nuovi strumenti permettono di lavorare a distanza, online, tramite discussioni e scambio di materiali. Quindi gli strumenti del web 3.0 sono stati in grado di migliorare l'apprendimento collaborativo come nessun altro perché consentono alle persone di lavorare insieme per generare, discutere e valutare idee in evoluzione. Questa metodologia rende le persone anche più responsabili e ognuno collabora insieme agli altri mettendo in comune le proprie competenze per raggiungere un medesimo obiettivo. Inoltre c'è la libertà di decidere dove e quando lavorare senza essere costretti a rispettare orari e tempistiche. Un aspetto che incide molto sulla partecipazione delle persone. Comunque quello che non cambia, e che è comune all'offline, è che ci sia alla base una progettazione condivisa e

una regia. Infatti non è automatico che i gruppi siano capaci di lavorare insieme. Occorre quindi darsi il tempo necessario per costruire la fiducia tra i diversi componenti del gruppo, per affinarne la collaborazione e l'impegno nell'aiutarsi a vicenda.

Come i contesti di partecipazione, di volontariato, di impegno civico, interagiscono con queste forme di condivisione delle conoscenze ed esperienze?

Credo ci siano ampi spazi di crescita su questo aspetto. Ma non basta avere una piattaforma o un gruppo social perché automaticamente si generi un apprendimento collaborativo. Quindi è importante lavorare sulle competenze sociali delle persone: sentirsi parte di un gruppo e creare un clima di fiducia che non va confuso con la simpatia reciproca. È su questo aspetto che andrebbero sostenuti i gruppi di volontariato: comprendere come accrescere la comprensione della diversità degli altri, la capacità di lavorare assieme e soprattutto avere fiducia negli altri non per le loro caratteristiche personali ma per le loro competenze. E per fare un salto di qualità in tal senso serve la figura di un “facilita-

tore” che aiuti a svolgere il lavoro, fare il punto della situazione o ridare forza quando un gruppo attraversa un momento di pausa.

Quindi secondo lei si può insegnare la sharing economy?


L'idea di base che tutti hanno qualcosa da poter insegnare e da poter condividere con gli altri è fondamentale. Abitanti della Rete, cittadini del web che da semplici consumatori possono diventare, in modo più o meno consapevole, produttori di contenuti, individui connessi e in relazione tra loro, iperpersone che formano un nuovo tipo di società, la “network society”. E nella Rete si creano legami e relazioni concrete su cui sappiamo di poter contare. Gli educatori comprendono l'importanza e la responsabilità per l'economia di condivisione all'interno del settore educativo. Hanno una profonda comprensione del fatto che, come creatori e condivisori, tutti ne traggono beneficio. Questi vantaggi includono la riflessione sulle proprie pratiche. Il risultato più ampio e più significativo è il miglioramento nel campo dell'istruzione in generale. Inoltre aiutare le persone a riconoscere il loro valore aggiunto

all'interno di un lavoro, serve a motivarne la partecipazione. Nel volontariato per esempio si corre il rischio che un certo target di persone abbandoni questa attività perché non si sente valorizzata e rimane delusa. L'economia della condivisione ha un grande potenziale per essere una forza dirompente nel cambiare i sistemi educativi in meglio.

Cambiando scenario, da un punto di vista pedagogico il caso Wikipedia come lo classificherebbe?

Wikipedia e tutte le altre piattaforme wiki nate dopo questa prima esperienza, sono la dimostrazione pratica di come sia possibile condividere i propri saperi e di metterli in comune. Sono progetti collocabili nell'ambito della condivisione della conoscenza e della cultura partecipativa perché utilizzano la cosiddetta intelligenza collettiva.

La particolarità di Wikipedia è che, pur sembrando un ambiente destrutturato, in realtà è molto ben organizzato con diverse figure che monitorano ciò che viene scritto e con delle regole che, nel tempo, questo strumento si è dato affinché la scrittura sia il più possibile oggettiva. Wikipedia si

autocontrolla con diversi gradi di produzione da parte dei suoi partecipanti, un autocontrollo basato sull'esperienza dove è più autorevole chi è più esperto. Purtroppo, e penso al mondo della scuola, è ancora visto come uno strumento poco affidabile, mentre in realtà non è affatto così perché, se utilizzato correttamente, è ricco di contenuti, riferimenti, rimandi, descrizione delle fonti. Inoltre ogni voce può essere letta in diverse lingue e quindi si può verificare come le diverse community hanno impostato quello specifico tipo di sapere. Non è un sapere statico ma è in continua evoluzione, tanto che le informazioni hanno la possibilità di viaggiare e aggiornarsi con la stessa rapidità con cui il mondo cambia. Ed è un buon modello di riferimento anche per il volontariato che potrebbe crearsi un suo wiki per definire un linguaggio comune aperto a sviluppi e innovazioni. Uno strumento flessibile e che, tenendo traccia di tutti i cambiamenti nel tempo, documenterebbe tutta la ricchezza delle attività svolte da un'associazione di volontariato. E la cosa più importante è che diventerebbe una scrittura collaborativa e condivisa. 

Orizzonti

Equità e governance allargata Cooperativismo e peer-to-peer dribblano la condivisione

di **Elisabetta Bianchetti**

C'è chi, come il sociologo bielorusso Evgeny Morozov, definisce la sharing economy il “liberismo degli steroidi”, perché «si appropria del linguaggio della solidarietà e della condivisione nascondendo in realtà le stesse logiche dei mercati neoliberali». C'è chi, come il tedesco Tillman Baumgärtel, giornalista e studioso di mass media, la definisce “economia ombra”, in quanto «ha tradito i valori primordiali che l'hanno generata e riproduce vecchi schemi di deprivazione per alcune classi sociali riducendo ancora di più i servizi di Welfare». C'è chi, come il sociologo australiano McKenzie Wark, sostiene che «non è capitalismo ma qualcosa di peggio». «È la prosecuzione del Reaganismo con altri mezzi» incal-

La sharing economy ha i suoi nervi scoperti. Nuove tendenze avanzano in nome della partecipazione, dello scambio fra pari e dell'uguaglianza, anche per un nuovo Welfare

za Trebor Scholz, studioso di cultura e mass media a New York, tanto che riconduce l'economia della condivisione a «un'economia di servizi on-demand volta a monetizzare

servizi in precedenza privati, determinando una finanziarizzazione del quotidiano 3.0». E la lista dei critici della sharing economy potrebbe allungarsi. Poiché, è la loro tesi di fondo, un'economia della condivisione senza un'etica della condivisione è come un gioco senza regole, è una giungla che crea più svantaggi che vantaggi, che trasforma i buoni propositi in forme di sfruttamento e di concorrenza sleale. Ha ragione Paolo Venturi, direttore di Aiccon (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Nonprofit), quando sulle pagine di "Nòva" del "Sole 24 Ore" spiega che «dopo la nascita e l'affermazione repentina del modello collaborativo oggi è sempre più evidente come non sia sufficiente condividere beni e servizi, ma occorre chiedersi dove va il valore prodotto e come questo valore viene condiviso; l'accesso e il possesso cominciano a lasciare il passo a forme ibride capaci di ricombinare la dimensione aperta e collaborativa con assetti proprietari o di governance più inclusivi e democratici». Quale futuro, allora, per la sharing economy? E come può essere migliorata? Sono gli interrogativi che si stagliano nell'orizzonte di un presente che prova già a disegnare il domani dell'economia della condivisione. Con tre nuove tendenze che vanno affermandosi: la prima è l'ascesa delle "piattaforme cooperative", la seconda è il riposizionamento comunitario delle tradizionali piattaforme; la terza è diffusione del peer-to-peer.

Come cambiano i modelli di proprietà

Il movimento del *platform cooperativism*, portato avanti dagli americani Trebor Scholz e Nathan Schneider, ha come obiettivo un cambiamento dei modelli di proprietà e di governance delle piattaforme di condivisione e di scambio. Per loro proprietà e governance devono essere ridefinite in senso cooperativo, così da permettere sia «la produzione di valore attraverso la moltiplicazione degli scambi tra pari», sia «la redistribuzione di questo stesso valore proprio a quei pari che lo hanno generato». «Cooperare - chiarisce Venturi a questo proposito - significa porsi gli stessi fini e condividere i mezzi per raggiungerli. Pertanto è un concetto più ampio rispetto alla mera collaborazione, ovvero una condivisione legata ai mezzi per l'ottenimento di una pluralità di fini diversi. Nel modello cooperativo, in cui la democrazia, il

controllo e l'assunzione di rischio si fondono tra loro, chi condivide i mezzi è anche socio e, per questa ragione, necessariamente condivide i fini dell'organizzazione di cui fa parte con gli altri membri».

La sharing economy, dunque, va ripensata in senso cooperativo. Tradotto vuol dire che i lavoratori freelance possono essere proprietari della piattaforma e possono partecipare alla sua gestione. Gli esempi non mancano: “Fairmondo” è un sito di e-commerce tedesco in cui i venditori sono allo stesso tempo proprietari della piattaforma; “Resonate” e “Stocksysi” sono invece piattaforme digitali per la condivisione di musica e fotografie, ma dove gli artisti rimangono proprietari dei propri prodotti. Così come la startup di San Francisco “Lococonomics” che mette in connessione professionisti di servizi a livello locale, mentre in Francia “Ridygo” destina una parte del reddito per sostenere progetti sociali contro la disoccupazione. In Italia c'è “Doc Servizi” piattaforma che offre tutele a 6 mila soci che operano in campo artistico. Le cooperative di comunità, invece, offrono collaborazioni tra piattaforme digitali globali ed esperienze dal basso, organizzate in imprese di comunità che si collocano in contesti locali. Sebbene siano lontane dalle luci scintillanti delle smart cities, queste cooperative di comunità sono impegnate in progetti di rigenerazione territoriale, oppure di gestione di beni comuni come l'acqua o l'energia rinnovabile, o la promozione turistica. È il caso, per esempio, come racconta la rivista “Vita”, di Lavenone, un piccolo comune del Bresciano, «uno dei “borghi autentici” dove Airbnb ha scelto di investire per dimostrare la sua capacità di valorizzare l'eccellenza locale del made in Italy dal punto di vista paesaggistico e storico-culturale». E ancora: «Calceranica, un paese in provincia di Trento di mille abitanti e di 600 seconde case turistiche spesso sfitte. Qui un'agenzia di sviluppo locale ha pensato di fare *pooling* di queste risorse sottoutilizzate trasformandole in una specie di “gruppo di vendita”, grazie anche a una strategia e a un'immagine coordinata all'interno della piattaforma booking».

Le community delle piattaforme tradizionali

La seconda tendenza che orienta già il futuro della sharing economy è «la crescente focalizzazione comunitaria delle tradizionali piatta-

forme», afferma Venturi sulle colonne di “Nòva”. Un esempio? La scelta fatta da Airbnb. Dopo aver lanciato il progetto Open Homes per l'accoglienza dei rifugiati (insieme a Comunità di Sant'Egidio e Refugees Welcome Italia) e Accessibilità (in partnership con Fish) il portale online di condivisione ha costituito il suo network nazionale Host+Host (aggregando le associazioni territoriali) con un duplice scopo: «Primo, per rappresentare gli interessi dei propri associati; secondo, per esplicitare una missione che vede le “molecole economiche” degli host diventare reti che si prefiggono di convergere verso finalità di interesse generale», aggiunge il direttore di Aiccon.

Senza dubbio si tratta di un passo importante per una piattaforma di Airbnb, che associa 200 mila host (più 22% nel 2017). Fa notare ancora Venturi: «Siamo di fronte a un cambio d'epoca che mette in campo nuovi paradigmi di produzione del valore, nuove forme di civismo e nuovi corpi intermedi; fenomeni strutturalmente ambivalenti che chiedono di essere conosciuti, prima di essere giudicati. Una sfida questa che ci chiede di vigilare senza rinunciare a sperimentare. È un richiamo in primis alla politica affinché non solo rappresenti interessi di parte, ma promuova equità dando voce a ciò che la società, dal basso, genera». E a questo riguardo gli fa eco April Rinne, una delle maggiori esperte a livello internazionale di economia della condivisione: «La sharing economy ha una vocazione e un radicamento iperlocale. Anche quando le aziende sono multinazionali e le comunità globali, le soluzioni restano per lo più locali». Non a caso, continua, «a livello mondiale, ci sono poche aziende di grandi dimensioni (pensiamo ad Airbnb), mentre la maggior parte sono piccole e locali, per tale ragione potrebbero mettersi in rete tra loro e ripensare anche nuovi sistemi di Welfare, con un ruolo attivo del non profit».


Più partecipazione democratica con il peer-to-peer

Sul fronte dei processi di produzione e di governance aperti e collaborativi, a occupare la scena è oggi più di ieri il peer-to-peer. Si tratta di un processo, o una dinamica, che può essere trovata in tante comunità e movimenti che si auto-organizzano attorno alla co-creazione di cultura e conoscenza. Il peer-to-peer rappresenta uno spostamento culturale verso nuovi valori e nuovi tipi di partecipazione democratica ed

economica per un futuro più sostenibile ed egualitario. Esempi noti sono il movimento del software libero o open source; la cultura libera; l'hardware aperto e l'accesso aperto all'istruzione e alla scienza; l'economia di condivisione e di lavoro come il co-working e fab-labs. «Insieme sappiamo tutto, insieme abbiamo tutto, questo è il nostro motto», spiega Michel Bauwens, cofondatore di P2P Foundation (The Foundation for P2P Alternatives), un'organizzazione non profit con sede ad Amsterdam, nei Paesi Bassi, che ha come missione lo studio dell'impatto della tecnologia e della ricerca peer-to-peer sulla società. Aggiunge: «Il nostro obiettivo è di mettere insieme le nostre risorse attraverso i beni comuni per creare prosperità per tutti». Le comunità, i valori e le pratiche orientati al peer-to-peer sono il suo pane quotidiano, perché «dopo una serie di ricerche, ho iniziato a credere che le opportunità delle reti peer-to-peer potrebbero avere un ruolo chiave nella trasformazione dei problemi inerenti la società industriale».

Primo passo da compiere, è marcare le differenze fra peer-to-peer e sharing economy: «Nell'economia della condivisione - precisa Bauwens - abbiamo sì delle "transazioni di mercato peer-to-peer" attraverso piattaforme private. Esse però atomizzano gli individui negando la proprietà o il controllo della piattaforma. E isolano intrinsecamente le persone l'una dall'altra tramite algoritmi segreti. È difficile vedere dove si trovano i beni comuni in piattaforme private come Uber e Airbnb, anche se il loro valore sta effettivamente rendendo possibile l'uso efficiente delle risorse inattive. Il gap di queste piattaforme è il loro comportamento estrattivo, che sostanzialmente esternalizza tutti i rischi per i lavoratori e i consumatori. In tal modo, queste piattaforme di "sharing economy" creano una regressione sociale minando la solidarietà».

Supponendo però che l'economia della condivisione sia solo una fase di transizione nello sviluppo della società peer-to-peer, come si potrebbe sostenere l'evoluzione della produzione tra pari da un punto di vista istituzionale? Per Bauwens abbiamo potenzialmente tre tipi di risposte dagli Stati ai beni comuni emergenti. Questo include due risposte negative e una positiva. «La prima risposta è l'ostilità. È il caso del governo spagnolo che ha avviato misure attive contro

le energie rinnovabili distribuite e rende difficile l'applicazione del crowdfunding. La seconda risposta è l'opzione neoliberale dei conservatori britannici con il loro uso dell'ideologia della Big Society di Phillip Blond, e la cosiddetta "società di partecipazione" degli olandesi, dove il Welfare State è stato ufficialmente abbandonato nel 2013. La terza risposta, e l'opzione preferita a mio avviso, è quella che è spesso chiamata amministrazione pubblica partner. L'idea qui è che lo Stato impari dalle associazioni for benefit nella produzione di risorse open source, ma applichi questo sostegno istituzionale alla società nel suo complesso. Ciò significa che uno Stato autorizzerebbe e consentirebbe l'autonomia individuale e sociale in termini civici, creando le giuste condizioni infrastrutturali e legali. L'esempio pilota è Co-Bologna in Italia. Il suo regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazione per la cura e rigenerazione dei beni comuni urbani consente ai gruppi civici dei quartieri di lavorare sul miglioramento della città, mentre la pubblica amministrazione sostiene questo processo dal basso verso l'alto attraverso finanziamenti o altri supporti infrastrutturali». Ma un ostacolo alla produzione condivisa potrebbe essere l'uso sempre più spinto della tecnologia che sta portando le nostre società verso acque inesplorate: «Le transizioni - continua Bauwens - sono sempre caotiche e dolorose. Ma per assicurare che il risultato sia di beneficio alla maggioranza avremo bisogno che la società civile diventi più autonoma nella sua produzione orientata ai beni comuni e avremo bisogno di ricreare processi comuni di solidarietà. Questa è una lotta politica con un risultato incerto, ma per mobilitare le forze sociali, dobbiamo essere ottimisti. Non perché siamo ingenui, ma perché non abbiamo altra scelta. Dobbiamo perdere ogni trepidazione per essere fiduciosi e renderci conto che, mentre il sistema mainstream si sta disgregando, sta a noi piantare i semi del futuro sistema e usare la tecnologia a vantaggio della maggioranza. Forse la cosa più importante è che abbiamo bisogno di una produzione che sia allo stesso tempo, equa, sostenibile e "libera", cioè condividendo conoscenze e infrastrutture. Questo è il compito della nostra età. Nelle mani dell'1%, la promessa tecnologica diventerà un incubo, ma non deve essere così. Possiamo lavorare insieme per distribuire equamente i suoi benefici». 

L'Italia in un click

Libri, ripetizioni e vacanze

Una mappa di che cosa si condivide di più da noi

di **Elisabetta Bianchetti**

Banche del tempo, buone cause e comunità di persone. E ancora: ripetizioni online, scambi culturali, turismo collaborativo e vacanze low cost. E la lista potrebbe allungarsi ancora. Da Biblioshare a Croqger Italia, da Time Republik a ePart, da HomeLink a MyHomeGallery, da NightSwapping a BuonaCausa: domina l'inglese nei nomi delle piattaforme web per la condivisione di servizi e prestazioni. Un ventaglio di esperienze e realtà di sharing sempre più ampio anche in Italia. Frutto di una crescita continua e costante nel tempo.

Setacciando Internet emerge che nel nostro Paese, negli ultimi cinque anni, la sharing è uscita del quadrato del profit per travalicare

Da Biblioshare a Time Republik: le piattaforme di sharing crescono da Nord a Sud offrendo servizi ormai in tutti i campi. Realtà che toccano anche il Terzo settore

nel cerchio del non profit. Tanto che non è più una rarità: condividere infatti sta diventato un verbo diffuso anche nel Terzo settore. E, stando alle ultime ricerche,

soltanto un oggetto non si vuole condividere (per ora): il telefono cellulare. Come conferma l'85% di un campione di persone interpellate negli Stati Uniti (probabilmente la percentuale non si discosterebbe nemmeno da noi) che si dice geloso del proprio smartphone. Non va dimenticato inoltre che, se questo è lo scenario attuale, l'orizzonte davanti a noi prevede che il fenomeno sharing sia destinato ad ampliarsi e a consolidarsi ulteriormente negli anni a venire. Con l'aiuto del sito collaboriamo.org (punto di riferimento nazionale sull'argomento) e non solo, abbiamo raccolto le principali realtà di condivisione attive oggi lungo la Penisola. Quella che segue non è una classifica, ma una carta geografica delle esperienze di sharing da tener presente se si vuol orientare il mondo del volontariato lungo nuove strade. E c'è di più: è una mappa con una serie di indicazioni su un futuro che sta entrando sempre più rapidamente nel nostro presente, perché la sharing cementa orgoglio e senso di appartenenza da un lato e dall'altro fa risparmiare risorse (di capitale finanziario e umano) e rende partecipi di una comunità.

Croqquer Italia

Croqquer è una community di persone che si avvale di un'applicazione per smartphone. Unisce chi ha un bisogno con chi può offrirlo. Croqquer fa crescere gli scambi tra le persone che vivono vicino, dando la possibilità a tutti di creare valore economico e sociale. Chiunque può far parte della community di Croqquer, pubblicare una richiesta, candidarsi per svolgere un lavoro, guadagnare ed essere utile, anche volontariamente, offrendo il proprio tempo e le proprie competenze. Le richieste possono essere postate in tre modi: 1) indicando quanto si è disposti a pagare per il servizio; 2) proponendo uno scambio di servizi; 3) chiedendo un aiuto volontario.

Croqquer Italia è stata la prima società a diventare una "Società Benefit" (SB) un'evoluzione del concetto di azienda. Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

www.croqquer.it

HomeLink

HomeLink è una associazione non profit a carattere umanitario e pedagogico che si prefigge l'obiettivo di creare possibilità di vacanze a basso costo e scambi culturali al fine di migliorare la comprensione reciproca tra le persone nel mondo. HomeLink, infatti, pone l'accento sull'aspetto culturale di una vacanza prima che su quello economico senza, ovviamente, trascurare il fatto che gli iscritti possono visitare il mondo alloggiando in abitazioni vissute, calde ed accoglienti, al solo costo del viaggio.

La rete di HomeLink conta circa 13mila soci attivi nella ricerca di uno scambio che, in media, è realizzato due o tre volte l'anno. Questo si traduce in 26mila – 39mila offerte di scambio ogni anno. Il 73% degli homelinkers è giovane tra i 35 ed i 55 anni. Rispetto all'attività il 69% è composto da lavoratori: il 39% sono imprenditori, il 16% sono insegnanti, il 14% sono lavoratori autonomi e il 10% sono impiegati. Il restante 18% dei soci è composto da pensionati. Il motivo che spinge gli iscritti a Homelink a viaggiare è, per il 42%, l'arricchimento culturale, mentre il restante 37% lo fa per risparmiare. Le tre destinazioni più richieste vedono al primo posto gli Stati Uniti, seguiti da Italia e Gran Bretagna. Mentre tra i Paesi che cercano scambi soprattutto con l'Italia troviamo al primo posto la Francia, seguita dagli Stati Uniti e dalla Gran Bretagna.

homelink.it

BuonaCausa

BuonaCausa.org è una community dedicata alle buone cause, ovvero ai progetti che richiedono sostegno e raccoglie 30mila iscritti. La piattaforma offre strumenti di crowdfunding (raccolta fondi online), personal fundraising e raccolta firme consentendo ad associazioni, testimonial, aziende, donatori e attivisti di collaborare su progetti di valore sociale. Il tutto è totalmente gratuito e gestito in massima trasparenza dall'Associazione Treeware. La differenza rispetto ad altre piattaforme di crowdfunding è nel "Diy" (Do It Yourself), ovvero chiunque può gestire in autonomia la propria campagna e i contributi sono versati direttamente sui propri conti bancari senza intermediazione e senza attendere la scadenza del progetto. Inoltre non ci sono

costi per l'utilizzo della piattaforma o trattenute (fee) sui contributi ricevuti. BuonaCausa ha raccolto fino ad oggi 2,7 milioni di euro finanziando 1.400 progetti.

buonacausa.org

ePart

ePart è un servizio online che permette ai cittadini di interagire con la pubblica amministrazione segnalando disagi e disservizi presenti nel proprio Comune. Una declinazione della democrazia partecipativa nell'ambito delle soluzioni di e-government 2.0.

Per fare una segnalazione è sufficiente utilizzare l'applicazione per smartphone o tramite il sito internet. Una mappa localizza il punto esatto della segnalazione secondo una tipologia e allegando foto. È inoltre possibile seguire anche lo stato dei lavori fino alla risoluzione del problema. Nella classifica dei cittadini più attivi troviamo quelli di Udine con 1.995 segnalazioni, seguiti da quelli di Chieri in provincia di Torino con 1.176 e di Milano con 872.

www.epart.it

Manabú

Manabú è una piattaforma che fornisce a studenti, docenti e genitori tutti gli strumenti per svolgere e gestire al meglio le ripetizioni online, senza limiti e confini geografici. Le lezioni si svolgono in un'aula virtuale che offre un'ottima interrelazione tra studenti e docenti attraverso strumenti tecnologicamente avanzati e semplici da utilizzare. Senza spostarsi da casa, o senza rinunciare alle vacanze, studenti e genitori possono cercare il docente migliore, in base a curriculum, costo, disponibilità e feedback ricevuti da altri utenti. Tutto questo con la volontà di aiutare gli studenti e i genitori a gestire un problema semplificandogli la vita.

www.manabu.it

MyHomeGallery.org

MyHomeGallery.org è il movimento che applica la sharing economy all'arte e permette ad artisti di ogni parte del mondo di farsi conoscere, aprendo le porte della propria casa a galleristi, collezionisti, turisti

o appassionati d'arte, che possono così visitare mostre “su misura” e condividere con l'autore esperienze uniche, come un workshop o una cena. Con MyHomeGallery, infatti, l'arte può essere acquistata, ma anche vissuta, condivisa, contestualizzata.

www.myhomegallery.org

NightSwapping

NightSwapping è una piattaforma presente nel settore del turismo collaborativo. Il suo concetto si fonda sul “baratto di Notti”, infatti ogni host che ospita un membro della community non riceve denaro, ma Notti da utilizzare a sua volta per soggiornare gratuitamente a casa di un'altra persona ospitante di NightSwapping. I valori che la contraddistinguono sono l'autenticità degli incontri e lo scambio culturale che si innesca grazie alla condivisione di momenti della quotidianità tra host e ospiti.

it.cosmopolithome.com

Biblioshare la biblioteca a casa tua

Ti piacerebbe avere dei libri in prestito vicino, molto vicino a casa tua? Su biblioShare metti a disposizione i tuoi libri e allo stesso modo avrai a disposizione i volumi di tutte le altre persone iscritte. La biblioteca diventa il tuo condominio, la tua via, il tuo quartiere. Tutto a km zero, gratis e comodissimo. Più libri si rendono disponibili, più si allarga la dimensione della biblioteca virtuale. Si utilizzano risorse già esistenti di cui non beneficia solo il singolo (o la singola famiglia), ma l'intera comunità di iscritti.

www.biblioshare.it

Ideasharing

Idea-sharing è una banca del tempo, delle attitudini, delle disponibilità, che si vogliono scambiare gratuitamente con i propri concittadini. Offre ad ognuno l'opportunità di far fruttare le proprie doti, abilità, passioni attraverso una piattaforma web in grado di mettere in contatto le persone, soprattutto all'interno delle circoscrizioni cittadine (infatti gli algoritmi di selezione lavorano in base al codice di avviamento postale di residenza degli utenti registrati). Questa connessione crea poi una rete di conoscenze e contatti necessari per

offrire gratuitamente abilità, capacità e disponibilità a chiunque ne abbia necessità. Idea-sharing.it è una banca del tempo virtuale che stimola ed implementa contatti reali.

www.idea-sharing.it

TimeRepublik

TimeRepublik.com è la prima banca del tempo globale, per condividere le proprie competenze in cambio di tempo. È una piattaforma web peer-to-peer in cui persone provenienti da più di 110 paesi utilizzano il loro tempo (non il denaro), per ottenere i servizi di cui hanno bisogno.

timerepublik.com

Te lo regalo se vieni a prenderlo

Il progetto “te lo regalo se vieni a prenderlo” nasce su Facebook con lo scopo di dare una seconda vita agli oggetti che non si usano più, per salvaguardare l’ambiente, creando nel contempo valore sociale.

Il primo gruppo è stato fondato nel 2011 in Ticino – Svizzera, ed oggi è un progetto che coinvolge decine di migliaia di persone, organizzate su tutto il territorio italiano attraverso i gruppi Facebook locali. L’obiettivo è quello di promuovere il riutilizzo di qualsiasi oggetto che non viene più usato, regalandolo a qualcuno che ne ha bisogno e che di sicuro gli darà vita nuova. Lo scopo è quello di contribuire alla creazione di una società più pulita, consapevole e solidale, cercando innanzitutto di diminuire lo smaltimento nelle discariche di oggetti ancora utilizzabili. «Non mi aspettavo il successo che l’idea e tutti i gruppi hanno avuto; a oggi contiamo oltre 500 mila persone collegate tramite Facebook e centinaia di gruppi collegati che hanno replicato l’idea in Italia, ma anche in altri Paesi del mondo», afferma Salvatore Benvenuto, fondatore di “te lo regalo se vieni a prenderlo”. Lo scorso anno è stato aperto il sito www.benewpeople.com per estendere il servizio alle persone che non possiedono un profilo su Facebook, alle scuole medie e ai comuni, affinché diventi pratica comune non buttare i beni riutilizzabili in discarica.

www.benewpeople.com

www.facebook.com/pg/teloregalosevieniaprenderloufficiale

L'Alveare che dice Sì!

Il progetto inizia a svilupparsi in Francia nel 2011 con “La Ruche qui dit Oui!” e si diffonde come “The Food Assembly” in Inghilterra, Spagna, Germania e Belgio, contando più di 700 Alveari.

In Italia il progetto nasce a settembre del 2014 con i primi Alveari a Torino. Da allora la rete si sta espandendo non solo in Piemonte ma nel resto del Paese. L'Alveare che dice Sì! alimenta la cultura dell'imprenditoria sociale e propone un modello unico di start-up solidale ridando potere ai produttori e ai consumatori per reinventare l'alimentazione e la sua produzione. Ogni Alveare ha la possibilità di portare avanti un progetto autonomo che si iscrive in una logica collettiva. In breve tempo tutte queste micro-imprese o associazioni formeranno un nuovo modo di vivere l'economia, sociale e positiva.

alvearechedicesi.it

Mappi[na] – Mappa alternativa delle città

È una piattaforma di *collaborative mapping* volta a realizzare una diversa immagine culturale, un nuovo racconto urbano attraverso la georeferenziazione da parte degli abitanti di foto, video, audio e testi. Inoltre vuole riportare la cultura a un processo di elaborazione collettiva alimentata dalla condivisione della conoscenza e dall'esperienza, rilasciando i contenuti con licenza aperta e costruendo digital commons. Un progetto che si sta evolvendo grazie a cityopensource. it una piattaforma per la realizzazione di progetti di collaborative mapping in grado non solo di georeferenziare contenuti, ma anche di importare ed esportare dataset esistenti (come gli open data disponibili in rete) promuovendo l'interazione tra la competenza di questi ultimi con la conoscenza e l'esperienza dei cittadini.

Ampliando lo sguardo esistono anche confiscatibene.it, terremotocentroitalia.info, ItaliaAFuoco.info che descrivono un territorio in cui le tecnologie permettono, attraverso il collaborative mapping la realizzazione di spazi condivisi per far fronte a problemi sentiti come “pubblici”.

www.mappi-na.it

www.confiscatibene.it

terremotocentroitalia.info

www.italiaafuoco.info



QUI RENNES

È il capoluogo della Bretagna nella Francia nord occidentale con 211 000 abitanti

10

i milioni di tonnellate di cibo che in un anno vengono gettate nella spazzatura

159

euro è l'equivalente dello spreco economico stimato per persona in un anno

FrigoTroc: frigoriferi self-service per combattere lo spreco di cibo

Arriva dalla Francia un'esperienza animata da volontari e cittadini che non mira al profitto. L'obiettivo? Condividere il cibo ancora consumabile e combattere lo spreco alimentare. Il funzionamento è semplice: si installa un frigorifero in un luogo, pubblico o privato, per raccogliere e condividere alimenti non ancora scaduti. Il cibo è accessibile a tutti, senza condizioni, perché non è una redistribuzione verso i poveri ma un progetto di condivisione accessibile a chiunque. Un sistema di etichettatura ne garantisce la sicurezza e la tracciabilità.

Mady: «Costruiamo una comunità sensibile e troviamo soluzioni a beneficio di tutti»

di **Elisabetta Bianchetti**

La formula del booksharing in cui si depositano o prendono libri, è applicabile anche ai prodotti alimentari? L'associazione Bug (www.asso-bug.org) che coordina il progetto "FrigoTroc" a Rennes, capoluogo della Bretagna in Francia, ha testato questa insolita idea con lo scopo di combattere lo spreco di cibo. Molto popolari a Berlino e in Québec (Canada), i frigoriferi self-service atterrano anche in Francia. «L'obiettivo

di FrigoTroc - afferma Raphaël Mady, portavoce dell'associazione Bug - è quello di costruire gradualmente una comunità sensibilizzata agli sprechi alimentari e mobilitata per prevenire e trovare soluzioni a beneficio di tutti.

Un progetto collaborativo che combatte lo spreco alimentare, perché?

Siamo stati ispirati dalle esperienze di Berlino e del Quebec


in Canada. L'idea è semplice e si ispira alle biblioteche di strada: mettere un frigorifero a disposizione dei residenti per depositare il cibo che altrimenti scarterebbe per raccogliarlo gratuitamente. Il progetto mira a combattere lo spreco alimentare. Piuttosto che buttare il cibo avanzato nella spazzatura, i cittadini hanno la possibilità di conservarlo al fresco. E questo promuove anche l'aiuto reciproco.

Dopo aver installato un frigorifero, quali sono le procedure da seguire per garantire una corretta conservazione degli alimenti?

Condividere il cibo non è banale. Ci sono regole sanitarie da rispettare e dobbiamo fare tutto il possibile affinché le persone sappiano che i frigoriferi sono sicuri. Un frigo è self-service, chiunque può depositare il cibo, ma con una condizione: compilare una scheda per ogni prodotto con la data di deposito e il proprio nome. Poiché i problemi di igiene e sicurezza alimentare sono fondamentali, molti prodotti altamente deperibili sono vietati. Inoltre un gruppo di volontari è responsabile del monitoraggio quotidiano delle condizioni del frigorifero:

lettura della temperatura, pulizia e conformità dei prodotti conservati.

Il progetto non si ferma solo al recupero, punta anche sull'educazione e sensibilizzazione. Come continuate la vostra attività affinché diventi "virale"?

Organizziamo regolarmente attività di sensibilizzazione, workshop e sessioni di formazione per sensibilizzare gli abitanti sulle problematiche legate agli sprechi alimentari e per agire in modo sostenibile. In tutto il mondo, un terzo del cibo per il consumo umano va sprecato. Le cause sono numerose e legate alla perdita di valore monetario e simbolico degli alimenti rispetto ad altro. E le conseguenze sono pesanti sul piano ambientale, economico e sociale. Noi cerchiamo di sensibilizzare le persone su questi temi, anche in maniera divertente. I volontari infatti organizzano "Disco Zuppe" (discosoupe.org) che sono dei raduni per dare una seconda vita ai cibi invenduti. Sono sessioni di cucina collettive in un'atmosfera musicale e festiva. Le zuppe, le insalate, i succhi di frutta o gli smoothies ottenuti sono poi ridistribuiti gratuitamente a tutti i partecipanti. 

QUI PADOVA

Nella città veneta sono circa 20 gli spazi di coworking attivi

7

i liberi professionisti che lavorano a CO+, due aziende e uno studio di architettura

8

le realtà riunite attorno al progetto di piazza Gasparotto: enti non profit, Banca Etica

CO+ salva una piazza dimenticata grazie a un patto fra professionisti

Il coworking di Padova è un progetto della cooperativa Educazione Società Territori che ha coinvolto associazioni e cittadini per costruire uno spazio di collaborazione e di sviluppo nell'ambito della rigenerazione urbana. Un open space che vuole andare oltre le quattro mura, coinvolgendo in un progetto di nuova socialità piazza Gasparotto e il quartiere che la ospita. Un luogo aperto alla città, dove si organizzano eventi, corsi e iniziative per permettere agli abitanti di incontrarsi e rivitalizzare un'area pubblica in degrado

Ostanel: «Uno spazio per progettare idee di impatto ambientale, sociale ed economico»

di **Anna Donegà**

Piazza Gasparotto, che si apre da corso del Popolo, è una piazza sui generis: circondata da un quadrilatero di edifici, non visibile dal corso principale è ciò a cui non si pensa quando si immagina una piazza. Gli edifici un tempo erano popolati da banche e uffici e la “piazza” era luogo di passaggio. Nel tempo le attività commerciali hanno abbandonato l'area e i pochi abitanti si sono arresi al degrado e allo spopola-

mento. In questo scenario la Cooperativa EST ha lanciato la sfida aprendo nel 2014 il coworking CO+, seguito da altre associazioni e cittadini, mossi dalla volontà di impegnarsi in prima persona per rivitalizzare quella parte di Padova che sembrava dimenticata, anche dalle Istituzioni. Nasce così uno degli incubatori più interessanti, anche a livello nazionale, di rigenerazione urbana e di progettazione partecipata, dove

si contribuisce alla pari, principalmente tra soggetti del Terzo settore. Elena Ostanel è dottore di ricerca in pianificazione territoriale e politiche pubbliche del territorio e project manager per la Cooperativa EST.

Come è nata l'idea del coworking e la scelta del luogo?


Il coworking è stato pensato fin da subito con una duplice funzione. Infatti come spiega il nome, CO+ vuole indicare uno spazio che è qualcosa di più rispetto alla semplice postazione in affitto: uno spazio in grado di progettare idee ad alto impatto ambientale, sociale ed economico, nonché un luogo aperto alla città.

Come si è sviluppato il progetto attorno a piazza Gasparotto?

L'occasione principale ci è stata data dal bando Culturability, promosso da Unipolis, che abbiamo vinto nel 2015. Il coworking è divenuto da allora sede di co-progettazione e luogo di incontro di molti soggetti diversi: comune di Padova, Banca Etica, Giovani Imprenditori Agricoli, EST cooperativa, GasparOrto, due circoli culturali Nadir e Hub, l'ASD ParcourWave e Officine Arte Teatro realtà impegnata nel teatro sociale. Dal 2104 oltre alle postazioni

e agli eventi stati attivati diversi servizi: GasparOrto - il primo orto fuori suolo in città - residenze per artisti, sportelli informativi gratuiti per giovani e migranti, corsi di lingua, corsi di formazione, eccetera. Da giugno 2018 il nuovo festival estivo Yucca Fest che vuole fare di piazza Gasparotto un nuovo giardino estivo.

Qual è la situazione attuale del coworking e dell'area?

Il coworking procede bene con oltre 15 persone che condividono gli uffici e in molte occasioni lavorano insieme. Il lavoro in piazza Gasparotto continua ad essere difficile, un'azione da fare giorno per giorno. È sempre più chiaro che il nostro lavoro da solo non basta, ma che il comune di Padova deve riprendere la responsabilità di un'area pubblica in degrado. Finché rimangono aree non utilizzate, quello che noi costruiamo non è sufficiente, per questo continuiamo a dialogare con diversi settori dell'amministrazione. Siamo altrettanto consapevoli che la marginalità c'è e rimarrà sempre. Il nostro intento è di lavorare con la marginalità, attivando sinergie con associazioni, unità di strada e amministrazione comunale per favorire l'integrazione. 

QUI SUD

Sono 3 le città sedi del progetto: Reggio Calabria, Messina e Cagliari

15

le case di accoglienza con 600 posti letto in varie città d'Italia

15

mila le ragazze e le donne in gravi difficoltà di cui si occupa Acisjf

Ampliacasa: sotto lo stesso tetto autonomia e partecipazione

Per le persone fragili, trovare un luogo da chiamare "casa" è fondamentale per conquistare stabilità e autonomia. "Casa" è un luogo che dà sicurezza, in cui ci si sente a posto, in cui si stabiliscono relazioni, ci si aiuta reciprocamente, si cresce. Il progetto, ideato dall'Associazione cattolica internazionale a servizio della giovane - Acisjf - e sostenuto da Fondazione Con il Sud, sperimenta modelli innovativi di abitare collaborativo rivolti a persone fragili, soprattutto donne, per trovare, oltre a un tetto, mutuo aiuto e collaborazione.

Pastore: «Il progetto vuole sperimentare e avviare forme innovative di accoglienza»

di **Paola Springhetti**


Il co-housing è nato come esperienza di persone che, liberamente e consapevolmente, sceglievano uno stile di vita che permettesse di valorizzare maggiormente le relazioni e che per questo decidevano di condividere anche alcuni spazi di vita. Una scelta, dunque, quasi elitaria. Negli anni, però, si è cominciato a pensare al co-housing come soluzione per persone in situazione di fragilità, che, grazie ad esso,

potevano affrontare il problema dell'abitare e dell'autonomia. Ma che caratteristiche deve avere il co-housing per "funzionare" anche in questi casi, e come deve essere strutturato? La domanda se l'è posta l'Associazione cattolica Internazionale a Servizio della Giovane (Acisjf). Ricca di storia, anche se non molto conosciuta, l'associazione «è costantemente impegnata nel rinnovare i modi di realizzare la propria mission,

ed è all'interno di questo impegno di adeguamento ai nuovi bisogni che ha affrontato il tema», spiega la presidente nazionale Patrizia Pastore. Ne è nato un progetto, finanziato da Fondazione con il Sud, che si intitola Ampliacasa e ha l'obiettivo di sperimentare e avviare forme innovative di accoglienza, in cui le persone fragili – donne in particolare – possano trovare, oltre ad un tetto, un percorso di accompagnamento verso l'autonomia, evitando le trappole dell'assistenzialismo, in un'ottica di mutuo aiuto e di partecipazione. E tutto questo soprattutto al Sud, dove le esperienze di questo tipo sono ancora poche. Protagoniste di questo progetto sono le affiliate Acisjf di Reggio Calabria, Cagliari e Messina.

Che si tratti di donne che fuggono da situazioni di violenza, di straniere che hanno perso il lavoro e non possono contare su una rete familiare, di giovani sole con figli, l'abitare insieme può essere una soluzione che permette non solo di dividere le spese, ma di costruire relazioni, imparare ad assumersi responsabilità e anche attivare solidarietà reciproche. L'associazione è quindi al lavoro per individuare un modello di co-housing che risponda ad

alcuni requisiti: tempi definiti, sostenibilità, partecipazione delle donne accolte, flessibilità nel rispondere ai diversi bisogni; rafforzamento dei percorsi di autonomia.

Le tre realtà territoriali di Acisjf hanno lavorato per costruire reti per l'accoglienza e per l'housing sociale, partendo dal presupposto che i percorsi verso l'autonomia sono complessi e ottengono più risultati se avvengono all'interno di un lavoro comune, in cui ciascuno mette risorse, conoscenze, esperienza: non dimentichiamo che il co-housing per le persone fragili implica un accompagnamento esterno tarato sulle esigenze delle singole persone. Inoltre occorre lavorare da una parte sulla formazione dei volontari e dall'altra sull'analisi e comparazione delle buone prassi esistenti per arrivare alla definizione di un modello innovativo. Nel frattempo Acisjf Cagliari è passata alla fase operativa inaugurando la "Casa della giovane Ettore Desogus", ad Arbus. Per ora è un luogo di ascolto che offre varie opportunità, come uno sportello d'ascolto e servizi educativi, ma prossimamente accoglierà donne in difficoltà secondo la formula, appunto, del co-housing. 

QUI MILANO

Nella Città metropolitana crescono le reti di prossimità contro gli sprechi

25

le tonnellate di cibo recuperate nel 2017 nei 10 mercati di quartiere

10

i mercati rionali settimanali dove si recupera e redistribuisce il cibo

Recup: quando la lotta contro lo spreco crea legami sociali

Recup è un progetto che vuole combattere lo spreco alimentare e l'esclusione sociale con semplici ma efficaci azioni nei mercati rionali. Il luogo del mercato è perfetto perché tutto ciò avvenga: il mercato è folklore, scambio, convivialità, divertimento, incontro. Volontari e persone indigenti raccolgono dagli ambulanti il cibo che altrimenti finirebbe nella spazzatura. Una volta selezionato è messo a disposizione da chi ne ha bisogno. Un esempio di collaborazione tra persone con diverse situazioni.

Zaccarini: «L'idea è di creare un punto Recup in ogni mercato di quartiere della città»

di **Alice Rossi**

Dopo l'Erasmus a Lille, in Francia, Rebecca Zaccarini è tornata a casa con un pensiero in testa, replicare a Milano l'esperienza che aveva visto al mercato di Wazemmes dove un gruppo di volontari recupera il cibo invenduto e lo redistribuisce a chi ne ha bisogno. «Jean-Loup Lemaire, un ex ristoratore - spiega Rebecca - ha lanciato questo progetto nel 2010 e lo ha battezzato "The Tent of Gleaners" dove, ogni settimana,

sono recuperati frutta e verdura e ridistribuiti a migliaia di persone. L'idea di replicare questa esperienza anche a Milano l'ho condivisa con un primo gruppo di persone e nel 2016 abbiamo fondato l'associazione Recup. Oggi siamo una trentina di volontari tra studenti, disoccupati, pensionati, senza fissa dimora, cittadini italiani, europei, extracomunitari e apolidi, distribuiti nei mercati e nelle varie attività.

In che modo questo progetto è unico e creativo?

A fine mercato recuperiamo dagli ambulanti il cibo che altrimenti scarterebbero. Poi lo si raggruppa in un punto di ritrovo dove i prodotti ancora commestibili sono separati da quelli inutilizzabili. Ognuno è poi libero di prendere ciò che preferisce, nel rispetto delle altre persone e delle esigenze di tutti.

Chi sono invece i vostri beneficiari?


Sono le stesse persone che erano solite rovistare nei cestini o aprire i sacchi dell'umido lasciati dai commercianti per Amsa. In questo modo si crea una collaborazione e una comunità tra persone diverse, un contatto interculturale e intergenerazionale che prima mancava. Quello che avanza dalla distribuzione tra gli indigenti del quartiere è portato in alcuni Centri cittadini dove operano altre associazioni.

E dove operate?

Ad oggi siamo presenti in nove mercati di Milano, più uno nel comune di Melegnano, ma l'idea è di creare un punto Recup in ogni quartiere della città, per costruire una rete cittadina soli-

dale. Questo approccio "globale" consentirebbe alla città di essere più sostenibile, più viva e dinamica, più unita.

Quali sono i principi sui ci si fonda l'attività di Recup?

Il nostro slogan è "Il cibo che perde valore economico acquista valore sociale" e si fonda su due principi. Il primo è contro lo spreco alimentare con il recupero degli alimenti che finirebbero nella spazzatura. Si tratta di prodotti che non hanno più i criteri di vendita, ma che sono consumabili. In particolare la frutta e verdura sono raccolte, selezionate e ridistribuite gratuitamente alle persone in difficoltà. Il secondo principio si basa sulla prossimità e il sorriso, l'unica valuta richiesta per queste transazioni. Infatti oltre a creare "un'alternativa per i rifiuti", Recup è anche uno spazio di sperimentazione di volontariato non organizzato perché le persone vengono ad aiutarci quando vogliono. E, nonostante l'assenza di vincoli, il sistema si è dimostrato efficace. Inoltre questo sistema è "leggero" perché non ha "costi di gestione", serve solo avere un mercato locale e ambulanti sensibili e attenti ai bisogni. 

QUI VARESE

Lo spazio di coworking è aperto in via Brambilla 15

60

hubbers che sviluppano una rete di conoscenze condivise

11

i servizi collaborativi messi a disposizione nella struttura

VitaminaC: un coworking dove far incontrare profit e non profit

Un hub sociale del lavoro condiviso a Varese che mette a disposizione di professionisti, associazioni, giovani startupper e studenti uno spazio di coworking e una community di pensiero in cui condividere competenze ed esperienze. Un ecosistema di relazioni tra persone che appartengono a mondi diversi: non profit e profit.

Tutto secondo una logica di reciprocità, dove l'unica moneta corrente è la ricerca del benessere e lo scambio di buone pratiche orientate ai temi sociali che escono allo scoperto e fanno contaminazione.

Pavanello: «La parola chiave è ibridazione tra mondi in apparenza distanti»

di **Silvia Cannonieri**

Uno spazio di coworking dove si incontrano professionisti e studenti: «Vitamina C è un modo di lavorare che pone al centro la contaminazione, che è diversa dallo scambio» spiega Massimo Pavanello, coordinatore del progetto promosso dal Centro di servizio per il volontariato di Varese. «La nostra parola chiave è ibridazione che passa attraverso la relazione di mondi apparentemente distanti per generare nuo-

vi punti di vista e pensare out of the box. La sfida è aiutare le associazioni a uscire dall'autoreferenzialità per rielaborare le proprie pratiche alla luce di nuovi punti di vista.

Come avviene questa contaminazione?

Un esempio sul campo è stato un progetto sul tema dello spreco alimentare che prevedeva il recupero del fresco in scadenza

e la sua trasformazione in marmellata e la successiva vendita del prodotto trasformato. Questa idea è stata riletta alla luce di una dimensione imprenditoriale che l'associazione non aveva considerato ma che ha reso sostenibile il progetto. Grazie al confronto è nato un percorso formativo sull'imprenditoria, tenuto da Confartigianato, mentre Confagricoltura ha favorito la connessioni con i mercati di campagna amica nei quali vendere il prodotto».


«Senza una comunità di pensiero che alimenta la contaminazione reciproca - continua Morena Tevisio, dell'area formazione Csv - Vitamina C non sarebbe che uno spazio di coworking».

Quindi qual è il valore aggiunto per il non profit?

Per nutrire di contenuti la nostra community, abbiamo attivato un percorso di formazione sull'innovazione sociale con l'intento di produrre pensiero, relazioni e attivazione. Per esempio, insieme a uno stampatore 3d, un terapeuta occupazionale e alcune associazioni è stato realizzato un ausilio per persone con disabilità. Se avessimo affrontato il tema solo tra associazioni, non saremmo giunti a questo risultato. La ric-

chezza dell'ecosistema che gravita attorno a Vitamina C si traduce così in innovazione sociale.

Quali sono gli elementi che facilitano la condivisione?

La disponibilità alla condivisione è correlata alla fiducia, e alla volontà di essere parti attive dell'ecosistema. Quando si crea questo clima si entra in una dimensione di condivisione che va oltre il piano della competenza. Mentre in una dimensione progettuale ciascuno tende a portare la sua competenza così com'è, in una logica di condivisione si lavora insieme. Inoltre la relazione tra persone è favorita dal sentirsi accolti in un ambiente confortevole e contemporaneo. Per questo abbiamo attivato alcuni servizi per il benessere della comunità di hubbers, a partire dalla conciliazione dei tempi famiglia-lavoro: dal cestino salvapranzo, alla lavanderia, sartoria, stireria, all'aiuto ai compiti, al babysitting a domicilio sino all'officina in ufficio. Perché anche il non profit può riconoscere alcune attenzioni che oltre a svestirlo da un'immagine un po' "dimessa", impattano positivamente sulla disponibilità delle persone a tessere relazioni. 

QUI BOLOGNA

La città emiliana conta 389.261 abitanti con un incremento del 3,6% negli ultimi 10 anni

18

appartamenti per giovani under 35: 34 cohouser, di cui 27 adulti e 7 bambini

2

milioni di euro di investimento. 5 spazi comuni per servizi collaborativi e attività

Porto 15: l'abitare collaborativo sbarca nel centro di Bologna

Il primo cohousing pubblico dedicato agli under 35 composto da 18 nuclei famigliari che abitano in un caseggiato dove, oltre ad appartamenti privati, sono presenti cinque spazi comuni destinati ad attività e servizi collaborativi. Lavanderia, baby sitting, ciclofficina e altri servizi condivisi con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita di tutti, abitanti e non. Un luogo aperto a tutto il quartiere che qui può trovare spazi per realizzare attività, occasioni di socialità e soprattutto un esempio di un nuovo modo di abitare.

Borghi: «Uno stile di vita teso all'apertura e alla condivisione, tra abitanti e territorio»

di **Silvia Cannonieri**

Porto 15 è un'abitazione collaborativa attiva, gestita ed elaborata insieme agli abitanti. Nel parlamento con Gianluca Borghi, amministratore unico di ASP Bologna (l'ente gestore) e Massimo Giachino, abitante.

Come è nato questo progetto?

Porto 15 è uno tra i primi esperimenti in Italia di abitare condiviso a regia pubblica. Nasce dalla partnership tra Comune di

Bologna, che nel 2009 ha vinto un finanziamento del Dipartimento della Gioventù; ASP Città di Bologna che ha messo a disposizione l'immobile e il co-finanziamento per la riqualificazione; e ACER Azienda per la Casa, responsabile dell'intervento di ristrutturazione edilizia. Con avviso pubblico sono stati selezionati i 18 nuclei che da settembre 2017 abitano e animano questa esperienza di cohousing.

Quali sono gli obiettivi del progetto?


Incrementare la disponibilità di alloggi per i giovani sotto i 35 anni e favorire stili di vita che creino valore sociale e nuove comunità a disposizione della città. Porto 15 è un luogo progettato per rendere possibile un modo di abitare orientato all'apertura e alla condivisione, tra abitanti e territorio. Oltre a rendere più bello un luogo pubblico sia negli spazi fisici sia nella dimensione relazionale, questa esperienza chiede agli abitanti di aprirsi a istanze sociali e civili, di essere cittadini responsabili che partecipano alla vita del quartiere.

A Massimo Giacchino, chiediamo: come si realizza l'abitare collaborativo?

Attraverso due modalità: una interna e una esterna. La prima si basa sulla condivisione di tempo, competenze e oggetti per darsi una mano a vicenda. Per esempio, nella gestione dei figli. Poi ci si aiuta nelle cose di tutti i giorni, come piccoli lavori grazie a una falegnameria e una ciclofficina, acquistando in comune gli attrezzi e scambiandoci conoscenze sul loro utilizzo. Nel caseggiato c'è anche un appartamento comu-

ne, dotato di cucina e due sale, adibito a spazio riunione, zona gioco, area relax e spazio cinema. Poi c'è l'apertura verso l'esterno ospitando associazioni e gruppi che necessitano di spazi per riunioni o attività.

Su cosa fonda la vostra comunità?

Abbiamo costruito insieme una Carta dei Valori in cui sono indicati i principi alla base delle pratiche e delle relazioni sociali di Porto 15. Poi c'è il Regolamento del Cohousing, costruito insieme ad ASP, che disciplina le relazioni tra proprietà, coabitanti e comunità del cohousing. Un modello di "amministrazione sociale del condominio" orientato alla sussidiarietà orizzontale. Le decisioni sono prese dall'Assemblea di Co-housing che delibera su ciò che riguarda la convivenza e la gestione degli spazi comuni. Inoltre abbiamo costituito un'associazione di promozione sociale, aperta a chi vuole contribuire al co-housing nell'allestimento degli spazi e dei laboratori e nell'attività di condivisione delle pratiche e dei modelli dell'abitare collaborativo, in una ottica di prossimità e di scambio con il quartiere, la città e i territori. 

Vdossier

la sfida dell'approfondimento per innovare il volontariato





Polizza Unica per il Volontariato

in convenzione con CSVnet, per rispondere agli obblighi della Legge Quadro per gli Enti di Terzo Settore

Polizze Infortuni, Malattia e RC con:

- Riconoscimento della Malattia Professionale
- RC Patrimoniale del Consiglio Direttivo
- RC Proprietà e conduzione delle sedi
- Nessun limite di età
- Si assicurano tutte le disabilità
- Solidarietà Attiva con Partecipazione agli Utili

Ed inoltre:

- Kasko per le auto dei volontari
- Incendio e Furto delle sedi
- Tutela Legale
- Polizza per i Cittadini Attivi
- Polizza per i Beni Comuni
- Polizze personali per i volontari

L'Agenzia specializzata per il Terzo Settore

