

Il progetto della Qualità.
**I Fondi strutturali 2007- 2013 tra flussi,
luoghi e soggetti.**

Giovedì, 23 novembre ore 15,00
Napoli, sede UniCredit Banca
Via Verdi 18/d

A cura di
Marco Crescenzi
Presidente ASVI

Progettare qualità- un'infrastruttura “nonprofit” per la qualità sociale della nuova Europa 2007-2013

L'accento posto nel non profit su inclusione, pari opportunità, coesione e sviluppo sostenibile; il suo radicamento sociale e cognitivo nei territori; l'interesse allo sviluppo locale ed al miglioramento della comunità; il potenziale imprenditoriale sociale derivante dalle forme di governance democratiche e dalla maggiore facilità di accesso ai finanziamenti pubblici ed europei; la promozione di un'occupazione di qualità giovanile, femminile ed inclusiva. Sono tutti fattori che fanno del non profit un soggetto essenziale per lo sviluppo e la qualità sociale.

L'intervento è articolato su una premessa generale che afferma il *non profit come infrastruttura economico valoriale a forte diffusione e radicamento territoriale ed essenziale per lo sviluppo*; ricorda la presenza di un impegno storico e diffuso su temi ora prioritari nell'agenda europea; focalizza il rapporto tra nonprofit e politiche europee su alcuni “fronti comuni” divenuti patrimonio dell'Unione Europea anche e soprattutto grazie alla spinta propulsiva ed alle battaglie del nonprofit quali sviluppo sostenibile, conservazione e gestione delle risorse naturali (fronte ambientalista), coesione (fronte sociale ed occupazionale), Cittadinanza (fronte cittadinanza attiva, difesa consumatori, consumo responsabile), UE partner globale (cooperazione internazionale).

Il nonprofit è produttore, a volte incosapevolmente, di capitale sociale (tessuto) e capitale cognitivo (conoscenza) senza i quali nessuno sviluppo locale o globale sostenibile è possibile (vedi caso cinese).

Reti europee tradizionali (come EAPN-European Anti-Poverty Network) o fortemente innovative (come la “third sector's leader” promossa da Acevo, ASVI, Cango etc) possono contribuire fortemente ai processi di mainstreaming orizzontali e verticali.

1. Il nonprofit e la nuova agenda politica europea

Nel “Third report on economic and social cohesion, February 2004-A new partnership for cohesion-Convergence, Competitiveness Cooperation, il fondamentale documento di indirizzo strategico 2007-2013, vengono indicate le quattro priorità politiche 2007-2013 :

- Sviluppo sostenibile – società della conoscenza-competitività (Lisbona-Goteborg);
- Coesione (per la crescita e l'occupazione);
- Conservazione e gestione delle risorse naturali;
- Cittadinanza, libertà, responsabilità sociale, sicurezza e giustizia;
- L'UE nel mondo come partner globale (Obiettivo 3 Cooperazione Territoriale)

Già ad una prima lettura balza con forza all'occhio che queste sono da oltre 20 anni priorità nell'agenda del non profit e delle sue organizzazioni! Grandi battaglie che hanno cambiato il costume, il modo di pensare, il modo di “essere nel mondo” degli europei e sono diventate priorità nell'agenda politica dell'Unione:

- sviluppo sostenibile e della conservazione e gestione delle risorse naturali (“fronte ambientalista”);
- coesione (il “fronte sociale”, pari opportunità ed occupazionale);
- Cittadinanza (il “fronte cittadinanza attiva”, difesa consumatori, consumo responsabile)
- UE partner globale (il “fronte cooperazione internazionale” sia nell'emergenza che nello sviluppo)

Il nonprofit è il bacino occupazionale più in crescita in ambito europeo, ed in alcuni paesi da impiego a quasi il 15% della popolazione (Belgio, Olanda).

Un'Europa di qualità non può non poggiare su una tale "infrastruttura economico-valoriale" a forte diffusione e radicamento territoriale.

3. Paradigma di riferimento

Nell'impostazione culturale proposta dall'ASVI (paradigma della governance¹), per dispiegare pienamente le sue potenzialità, il terzo settore dovrà necessariamente uscire da una considerazione di sé come "di supporto alle fasce deboli"² ed al settore pubblico in particolare e fungere da "*baricentro strategico*" di *nuovi modelli di sviluppo economico*, nella misura in cui può rappresentare un importante strumento di accesso, riutilizzo e sviluppo di conoscenza dei singoli sistemi territoriali di cui il più vasto sistema paese va componendosi.

In questa logica, il "sistema del sociale", in forma organizzata e non, rientra nel ristretto ambito della *core creativity* e della *core innovation*, ovvero nei 'fondamentali' della nascente economia della conoscenza e della *soft economy*. Pensandosi operativo "globalmente" nel contesto locale e più precisamente:

a) *Relativamente al miglioramento dell'ambiente-contesto* nel quale le citate collaborazioni territoriali dovranno sempre più svilupparsi, noi crediamo che il nonprofit possa essere un fortissimo alleato:

- per imprenditori intelligenti che hanno compreso che senza fattori competitivi intangibili e sociali come la fiducia dei consumatori, la responsabilità ed il coinvolgimento creativo multi-stakeholders, senza cittadinanza di impresa e consapevolezza della propria socialità diretta ed indiretta, senza la capacità di fare un "bilancio sociale" del proprio operato, l'impresa non possa avere oggi in occidente un grande futuro e forse nessun futuro.

- paritetico e fidato per una Politica ed Pubblica Amministrazione per la costruzione di quei fattori di "qualità del contesto" che sono indispensabili al contempo sia per ridurre il rischio di esclusione sociale ed il benessere dei cittadini, sia per lo sviluppo economico locale il benessere e la competitività delle imprese.

b) *Rispetto ai sistemi territoriali* (forma di organizzazione a rete) entro cui consolidare e sviluppare relazioni cooperative stabili, noi crediamo che il nonprofit possa svolgere una rilevante funzione di:

- *attivatore sociale*, di straordinario momento di catalisi e trasformazione della conoscenza e creazione di progetti di senso affascinante, condiviso, capace di creare e di trasmettere senso di identità.

- strumento per affermare ed attestare un diffuso orientamento sociale verso il nuovo, il diverso, il non previsto.

- *infrastruttura di supporto ai processi di formazione delle nuove forme di reti territoriali* (sotto forma distrettuale e non), in quanto enzima di formazione di forme di capitale sociale, relazionale e cognitivo, capace di fornire ad altri settori del sistema produttivo contenuti, strumenti, pratiche creative e valore aggiunto in termini simbolici ed identitari.

Questa ultima funzione è a nostro modo di vedere la più importante e la più spesso trascurata nella pratica quotidiana. L'osservazione empirica dimostra, infatti, come molti dei progetti di formazione di sistemi territoriali si concentrino sulla dimensione economica attuale o potenziale dei territori interessati, non tenendo

¹ "Manager e management nonprofit, la sfida etica", a cura di M.Crescenzi, 2002 ASVI ed.

nella dovuta considerazione gli aspetti di natura più squisitamente sociali. Al contrario prassi e teoria hanno da tempo sottolineato come proprio *la dimensione sociale della rete* ne rappresenti:

- elemento distintivo di ogni forma di organizzazione economica di tipo distrettuale
- strumento principe di diffusione della conoscenza
- meccanismo fondamentale di coordinamento degli attori economici coinvolti
- condizione necessaria affinché possa instaurarsi un rapporto di peculiarità e reciproca alimentazione con i valori, l'identità e la cultura del territorio in cui la rete nasce e si sviluppa.

4. L' alleanza (euro)progettuale tra nonprofit e for profit per la qualità sociale europea

Accanto alla sfida tradizionale, quello del "valore aggiunto europeo" (trasnazionalità) derivante dal partneriato trasnazionale, peraltro non ancora vinta, si propone *una nuova sfida innovativa: la sinergia forte tra nonprofit e for profit*, in un'ottica di *governance*:

- territoriale (luoghi)
- settoriale (temi, soggetti)
- di processo (flussi),

e di contaminazione *per il miglioramento reciproco*.

Tale alleanza può:

- 1- catalizzarsi a partire da Programmi "sociali" specifici quali Progress, Tutela del consumatore, Cittadinanza attiva, IPA, ENPI etc.;
- 2- attivarsi trasversalmente su tutti i programmi UE, nella direzione dell "impatto sociale" della progettazione, in cui il progetto sia visto come leva di produzione di qualità sociale multistakeholders

Nel nostro approccio, concordemente con le indicazioni emanate dall'UE e dalle varie agenzie ONU(in particolare UNDP e ILO) *la progettazione europea deve essere vista come uno "strumento di miglioramento durevole della qualità sociale"*

Tre sono quindi i concetti su cui incentrare l'attenzione per progettare qualità:

1. Produzione di cambiamenti-miglioramenti di impatto (cioè durevoli o irreversibili) nelle realtà di intervento. Un progetto è utile e ha un valore se viene strutturato tenendo sempre a mente e in primo piano la *visualizzazione dei risultati attesi*: qual è il cambiamento che si sta progettando? Come e quanto cambierà il sistema soggetto di intervento dopo il progetto?

2. Partenariato europeo, benchmarking, best practices (valore aggiunto europeo). Il valore aggiunto della progettazione europea inoltre è lo scambio con altre organizzazioni (partnership) affinché venga attivata una cooperazione tra strutture che lavorano in contesti simili e si confrontano quindi con realtà e problemi comuni. Per partecipare ad un progetto europeo è necessario creare un partenariato con almeno una o più organizzazioni di un altro Stato membro; questa richiesta da' il senso di quale sia l'intento: concepire il territorio europeo come spazio comune all'interno del quale ci sia

lo scambio di buone prassi per facilitare lo sviluppo dei diversi campi di intervento.

3. Mainstreaming Per mainstreaming si intende il processo di trasferimento di buone prassi e di sperimentazioni significative dal progetto al sistema di riferimento. Più significativamente il mainstreaming si pone l'obiettivo di incidere sui sistemi e sulle politiche della formazione e dell'occupazione, locali e nazionali, attraverso la messa a regime delle prassi sperimentate dalle Partnership di sviluppo.

Gli ambiti di realizzazione del mainstreaming sono due: orizzontale e verticale.

Il mainstreaming è orizzontale quando le innovazioni sperimentate sono recepite dagli organismi coinvolti nel progetto e da organismi operanti in analoghi ambiti di intervento.

Il mainstreaming è verticale quando le innovazioni sperimentate inducono cambiamenti a livello di programmazione politica e di normativa locale o nazionale.

Nella ricerca, produzione e disseminazione di qualità, un non profit orientato in un'ottica di governance avrà un ruolo infrastrutturale essenziale, in termini di *mainstreaming sia orizzontale che verticale*.