

Le diverse identità organizzative del non profit

Bertinoro 13/14 - ottobre 2006
Intervento del Prof. Alberto Valentini
Presidente Comitato Tecnico Scientifico
Retecamere
Docente La Sapienza - Roma

Il Prof. Nereo Zamaro ha dato un contributo chiaro e interessante.

Le diverse **identità organizzative del non profit** appaiono collegate a persone che operano contemporaneamente in diversi organismi, che si influenzano vicendevolmente.

Partiti, sindacati, volontariato, organizzazioni sociali (culturale, ricreativa, ecologista e tutela dei diritti) mostrano **forme di attivismo civico** che si stimolano vicendevolmente.

Se dal generale passiamo al Terzo Settore occorre tenere presente che **storicamente**, dal 1985 ad "oggi", abbiamo avuto rispetto al comportamento della popolazione adulta:

- un calo della partecipazione partitica
- un calo della partecipazione sindacale
- una crescita della partecipazione all'associazionismo sociale
- una crescita della partecipazione al volontariato sociale.

Anche le forme di **impresa sociale non profit** (cooperative, cooperative sociali e ora imprese sociali, ecc.) sono progressivamente cresciute.

In sintesi possiamo dire che **un cittadino ogni quattro** partecipa attivamente al sociale.

L'identità è però una questione più complessa.

Come ha ricordato il Prof. Zamagni non possiamo parlare di identità se non la collochiamo in un contesto storico **dinamico**. Dinamico nel senso di vedere il Terzo Settore (volontariato sociale, associazionismo sociale e impresa sociale) esprimere una domanda di partecipazione attiva e fattuale.

Esprimere una **domanda** e **ricercare** le **risposte** attraverso molteplici forme organizzative.

Il sociale cioè diviene sempre più un soggetto che:

- I) **analizza i bisogni** collegati soprattutto alle nuove esigenze di attenzione e cura pro-qualità della vita (giovani, donne, anziani, immigrati, disabili, ecc.); ma anche cultura, turismo sociale, ambiente, ecc. e sviluppo locale;
- II) cerca di **dare risposte dialogando** in autonomia con lo stato ai vari livelli, insieme e/o in proprio secondo il principio di **sussidiarietà** storicizzato e mediato a seconda dei settori/bisogni e delle differenti situazioni.

Si tratta perciò di una **identità** collegata al divenire della società che pone in chiave storica, dinamica e finalistica il progressivo **operare** del Terzo Settore. Complessivamente si può dire che c'è una **motivazione identitaria nel nostro paese** che aspira a far crescere le possibilità di impegno anche lavorativo al servizio della collettività in una dimensione pubblica.

Questa dinamica **contaminante** si sviluppa anche verso il settore profit col quale intrattiene un rapporto sempre più di **reciproco scambio** (ad esempio, utilizzo del

Terzo Settore per risolvere problemi sociali legati al decentramento produttivo; rifluire della Responsabilità Sociale dell'Impresa sul profit).

Ma anche **l'annusare** da parte del Terzo Settore modelli manageriali tipici dell'impresa <<for profit>>, insieme alla tendenza di persone che, passando dal profit al non profit portano esperienze diverse (a causa delle ristrutturazioni e dell'innovazione).

In questo **percorso identitario**, che è complesso e con varie sfaccettature, si può cogliere un ulteriore dimensione.

Quella che pone il **cittadino al centro**, coinvolgendolo nell'**analisi** e nella ricerca delle **risposte**, facendone un protagonista **attivo e corresponsabile**.

Corresponsabilità che lo porta a crescere e a condividere le varie fasi della **continua ridefinizione** del servizio e/o del prodotto. In questa logica diviene parte del **circuito virtuoso** della qualità.

Questa identità **coinvolgente il cittadino** appare quella che contamina l'impresa profit quando incomincia a **porre al centro il consumatore**.

Riassumendo l'identità del Terzo Settore (da vedere articolata tra volontariato sociale, associazionismo sociale e impresa sociale) ha i seguenti punti di riferimento:

- I) **interagisce autonomamente** con l'altro associazionismo partitico e sindacale;
- II) si colloca in un **contesto dinamico** che vede il Terzo Settore crescere ed esprimere una domanda di partecipazione attiva e fattuale;
- III) **analizza la domanda**, i nuovi bisogni, lo sviluppo locale, ecc. e dà risposte **dialogando in autonomia** con lo Stato ai vari livelli (sussidiarietà);
- IV) accresce le possibilità di impegno anche lavorativo al servizio della collettività **in una dimensione pubblica**;
- V) **contamina** il settore profit e riceve da questo **apporti** ;
- VI) colloca al centro il **cittadino** per un suo **coinvolgimento responsabilizzante**.

Questi sei punti mettono a fuoco una **identità complessivamente protagonista del cambiamento** a cui bisogna aggiungere un fondamentale fattore trasversale: la **regola democratica** nella nomina dei responsabili della conduzione interna dei livelli di guida delle differenti organizzazioni (è questo un punto di particolare sofferenza nella società italiana perché la Costituzione non prescrive la regola democratica per l'associazionismo e, prima di tutto, per i partiti).

Cambiamento che in alcuni casi ha già chiamato, presso l'ente **locale**, il Terzo Settore a partecipare alla individuazione delle esigenze e della programmazione dei servizi nel rispetto dell'**autonomia** garantita da una presenza mediante gli organismi di **rappresentanza** del TS stesso (ruolo del rilancio dei Forum).

Nasce così una **nuova governance identitaria** che riunisce insieme i vari protagonisti e pone in **rete le soluzioni** migliori mettendole a disposizione di chi vuol procedere nella stessa evoluzione.*

Naturalmente alle varie **reti locali** (e **alla rete delle reti**) debbono partecipare il complesso dei soggetti che fanno qualità, ricerca, sviluppo, innovazione, solidarietà e coinvolgimento responsabilizzante.

- Queste annotazioni sono anche derivate dai risultati della sperimentazione Quasar - qualità per i sistemi a rete di imprese sociali - condotta in 14 Camere di Commercio in collaborazione con il Terzo Settore e le Università di riferimento. (Cfr.: Unioncamere, **L'impresa sociale per la qualità dello sviluppo. L'impegno istituzionale delle Camere di Commercio**, Profili, 73, Roma, 2005)