

Research Report n. 023 | 22

LE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI IN ITALIA

Il progetto è stato realizzato con il contributo e la collaborazione di:



Coordinatore scientifico:
Jacopo Sforzi

Ricercatori:
Lucia Bettani
Cristina Burini
Caterina De Benedictis
Desirè Gaudio

Rapporto realizzato nell'ambito del progetto di ricerca "Comunità intraprendenti alla ricerca di pratiche di trasformazione sociale".

LE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI IN ITALIA

J. Sforzi*, C. Burini**, C. De Benedictis**, L. Bettani**, D. Gaudio**

Sommario

Premessa	3
Introduzione	5
1. Le Comunità Intraprendenti: tratti distintivi e diffusione in Italia	8
1.1 Il tema e la sua rilevanza	8
1.2 Strumenti e metodologie	9
1.3 Le Comunità Intraprendenti: un inquadramento generale del fenomeno	10
2. Le Comunità Intraprendenti nel dettaglio	17
2.1 I Community Hub	17
2.2 Le Imprese di comunità	26
2.3 I Patti di collaborazione complessi	40
2.4 Le Portinerie di quartiere	51
2.5 Gli Empori Solidali	59
2.6 Le Comunità a Supporto dell'Agricoltura	69
2.7 Le Food Coop	76
2.8 Le Comunità energetiche	82
2.9 I FabLab	93
Conclusioni	106
Bibliografia	109

Editing curato da Federica Silvestri.

Si prega di citare questo Rapporto come:

Euricse (2022). Le Comunità Intraprendenti in Italia, *Euricse Research Reports*, n. 23|2022. Autori: J. Sforzi, C. Burini, C. De Benedictis, L. Bettani, D. Gaudio. Trento: Euricse.

* Ricercatore Senior, Euricse.

** Collaboratrice Euricse.

PREMESSA


Dalla fine del primo decennio di questo secolo, che si era chiuso con le pesanti conseguenze della crisi finanziaria sui livelli di reddito e sull'occupazione, il ricorso al termine comunità e all'importanza di ritornare a contare sulle risorse comunitarie si è via via moltiplicato. La pandemia e ora la crisi energetica hanno dato a loro volta un grosso contributo a questa evoluzione.

Si è passati da riflessioni di carattere storico e teorico generale, come quelle contenute nel volume di Rajan, *Il Terzo Pilastro* o quelle auspicate dai politici prima e dopo le elezioni, all'individuazione e promozione di esperienze concrete, ma sempre caratterizzate da un certo grado di omogeneità. Si è così finiti a proporre, analizzare e presentare singoli modelli da imitare e diffondere. Tra questi, troviamo innanzitutto le cooperative sociali, la prima forma di impresa chiamata dallo stesso legislatore a "perseguire l'interesse generale della comunità", salvo ritenerle non di grande interesse appena si sono consolidate. Successivamente, si sono affermate, grazie al lavoro di Labsus, le esperienze di amministrazione condivisa caratterizzate dalla collaborazione gratuita dei cittadini alla gestione di beni pubblici e comuni. Si è quindi passati alle cooperative o imprese di comunità, originali nel ruolo e nelle modalità di formazione e di coinvolgimento della popolazione locale, ma relegandole prevalentemente a strumento di contrasto allo spopolamento delle aree interne. Negli ultimi tempi ad attrarre un vasto interesse sono le comunità energetiche la cui implementazione è ancora all'inizio e che per essere davvero comunità, piuttosto che un nuovo business per i grandi produttori di energia, devono attendere l'approvazione di alcuni decreti attuativi. In sostanza, ha prevalso un approccio al tema frammentario, non sempre concreto e attento più alle singole forme che all'insieme delle iniziative che le comunità stanno attivando a vari livelli e su temi e in modi diversi.

Ciononostante, la riflessione e il dibattito intorno a queste esperienze ha dimostrato una serie di verità che durante il '900 non erano tenute in conto o, al più, erano considerate marginali. Tre almeno sono quelle che meritano di essere messe in evidenza. Innanzitutto, che le comunità si creano o si rilanciano non con le parole di apprezzamento o auspicandone la ripresa, ma solo se si mettono loro a disposizione o si consente loro di dar vita ad apposite istituzioni. Lo dimostra il successo della cooperazione sociale dopo la legge di riconoscimento e lo sviluppo dei patti di collaborazione dopo l'approvazione da parte dei comuni dei Regolamenti per l'amministrazione condivisa dei beni comuni, ma anche, al contrario, le difficoltà nel riconoscere concretamente le azioni intraprese e le potenzialità delle imprese di comunità in assenza di una legislazione unica nazionale.

In secondo luogo, è ormai chiaro che le iniziative promosse dalle comunità sono in grado di far emergere e rendere produttive risorse economiche che il modello basato solo sul binomio beni privati/beni pubblici ha trascurato e, quindi, non utilizzato perché non collocabili al suo interno. Un contributo che ha ancora bisogno di essere riconosciuto in tutte le sue manifestazioni – come dimostra la sua assenza nelle missioni del PNRR – ma che molti, anche da posizioni di partenza diverse, ritengono che possa diventare fondamentale per favorire l'evoluzione di un sistema economico che non riesce più a ripartire per mancanza sia di inventiva che di risorse.

Infine, comunità ben funzionanti che riconoscono e agevolano gli interventi e le iniziative dei cittadini contribuiscono anche a ridefinire la democrazia economica – finora limitata alla gestione delle imprese – includendovi tutte le forme di partecipazione e le varie iniziative dal basso ad alto



valore sia sociale che economico, migliorando così il funzionamento di una democrazia, quella politica, che ormai sembra non funzionare più né nell'individuazione dei bisogni né nella costruzione delle risposte.

Se è vero che i lavori compiuti in questi anni hanno permesso di rivalutare l'importanza delle comunità e di alcune tra le iniziative dal basso cui esse sono in grado di dare forma, manca ancora una loro mappatura. A noi di Euricse questo è sembrato un limite conoscitivo importante anche perché molte di queste esperienze sono ancora in evoluzione verso forme più strutturate e riconoscibili. Per queste ragioni abbiamo avviato una ricerca pluriennale sulle diverse forme e i relativi modelli in cui si stanno organizzando quelle che abbiamo definito "Comunità Intraprendenti". Essa si pone l'obiettivo di non fermarsi a presentare un singolo modello, come fatto in passato per le cooperative elettriche e per le imprese di comunità, ma di fare emergere tutti i vari tipi di iniziative dal basso che si stanno consolidando nel Paese. Questo primo Rapporto si concentra su alcune di esse, mentre la ricerca proseguirà a individuarne di nuove e ad approfondire maggiormente la conoscenza di quelle fin qui rilevate.

Mario Diani

Presidente Euricse

Carlo Borzaga

Presidente Emerito Euricse

INTRODUZIONE

J. Sforzi*

Il progetto di ricerca sulle Comunità Intraprendenti si inserisce in un ampio dibattito a livello nazionale e internazionale sulla capacità delle organizzazioni di economia sociale e solidale di favorire la partecipazione della società civile alla produzione e gestione di servizi pubblici, o di interesse generale, e di contribuire alla definizione di nuove politiche di sviluppo orientate a innescare una trasformazione socio-economica che porta al miglioramento delle condizioni di vita delle comunità locali.

In Italia, le iniziative riconducibili alla definizione di Comunità Intraprendenti sono sempre più numerose e sono di particolare interesse per il contributo che possono dare alla rivitalizzazione sia di aree urbane, con particolare riguardo a quelle degradate o caratterizzate da fenomeni di marginalità sociale, che di aree montane o collinari a rischio di spopolamento a causa della mancanza di opportunità di lavoro o di difficoltà di accesso ai servizi essenziali e di interesse generale (sanità, istruzione, mobilità, servizi sociali, servizi postali, ecc.).

Negli ultimi anni, queste particolari esperienze hanno attirato l'attenzione di media, policy-maker e ricercatori interessati a comprendere ciò che ha portato alcune comunità locali a ideare e promuovere con esito positivo processi di sviluppo autonomi.


Tra le molteplici iniziative nate attorno a queste esperienze si ricordano, ad esempio, le testate giornalistiche *Italia che cambia* e *Innovazione Sociale*, le piattaforme *CheFare* e *Culturability* – quest'ultima nata in seno alla Fondazione Unipolis – o, infine, network di organizzazioni diverse, come, ad esempio, *L'Archivio della Generatività sociale* creato dal centro di ricerca ARC (*Centre for the Anthropology of Religion and Cultural Change*) dell'Università Cattolica di Milano. Queste iniziative hanno contribuito a mettere in luce la varietà di azioni di sviluppo comunitario presenti in Italia, anche se spesso concentrando la loro attenzione per lo più su casi di successo, adottando un approccio principalmente narrativo.

Per contribuire a diffondere una conoscenza organizzata sulle Comunità Intraprendenti attive in Italia, a inizio 2021 Euricse ha avviato un progetto di ricerca con l'obiettivo di fornire un'interpretazione unitaria del fenomeno, analizzarne gli ambiti di intervento e le condizioni che ne hanno favorito lo sviluppo, considerando anche le criticità e i limiti che le contraddistinguono. A tale scopo è stata condotta un'indagine esplorativa su tutto il territorio nazionale, con il fine di selezionare e mappare le differenti tipologie di Comunità Intraprendenti con riguardo: (i) alla loro diffusione territoriale; (ii) alla loro genesi, cioè alle ragioni che hanno portato alla nascita di queste nuove forme di imprenditorialità; (iii) alle caratteristiche che le contraddistinguono rispetto ai modelli di impresa tradizionali (le forme organizzative adottate, le attività svolte, le modalità di finanziamento, le relazioni con le imprese del territorio e le amministrazioni locali, ecc.); (iv) agli strumenti, alle modalità e alle azioni attraverso cui esse cercano di promuovere il protagonismo dei cittadini nella co-produzione e co-gestione di beni o di servizi, di generare ricadute positive sull'economia locale e di contribuire al processo di cambiamento socio-istituzionale.

Per raggiungere questi obiettivi, il progetto di ricerca è articolato in tre fasi.

La prima fase ha riguardato la costruzione di un database in cui sono state raccolte le informazioni sulle esperienze di Comunità Intraprendenti attive in Italia. Esso ha permesso di

* Senior Researcher, Euricse.



realizzare una prima mappatura delle differenti tipologie di Comunità Intraprendenti intercettate, sia quelle più consolidate che quelle ancora poco strutturate e in fase di avvio. Questi dati sono stati esaminati allo scopo di individuare, quantificare e far conoscere le varie Comunità Intraprendenti esistenti a livello nazionale. Il database sarà aggiornato nel corso degli anni attraverso un'azione di monitoraggio delle Comunità mappate, con lo scopo di seguire la loro evoluzione, e arricchito via via con l'inserimento di Comunità Intraprendenti di nuova costituzione o tipologia.

La seconda fase, attualmente in corso, riguarda la somministrazione di questionari e la realizzazione di interviste semi-strutturate, con lo scopo di analizzare le caratteristiche delle diverse esperienze di Comunità Intraprendenti, con particolare riguardo: (i) ai modelli e ai meccanismi di governance; (ii) alle modalità e agli strumenti che esse adottano per coinvolgere attivamente la popolazione locale e finanziare le loro attività; (iii) ai fattori di contesto che hanno favorito la loro nascita e il loro processo di consolidamento. Questi approfondimenti saranno oggetto di singoli Rapporti di ricerca dedicati a ciascuna tipologia di Comunità Intraprendente individuata, così da evidenziare e analizzare le specificità che le caratterizzano e le azioni da implementare per il loro consolidamento.

La terza fase, infine, sarà dedicata alla realizzazione di alcuni approfondimenti di tipo qualitativo utili al confronto tra le differenti Comunità Intraprendenti individuate. Tale fase sarà realizzata attraverso alcuni studi di caso opportunamente selezionati fra le comunità contenute nel database e rappresentativi delle diverse tipologie di Comunità Intraprendenti individuate. Nel dettaglio, si indagheranno in profondità: (i) le differenti forme di aggregazione di cittadini e i principali fattori di tipo economico, sociale e istituzionale che favoriscono o ostacolano la loro formazione; (ii) il rapporto con i diversi stakeholder locali (pubblici e privati); (iii) le potenzialità e i limiti delle diverse tipologie di Comunità Intraprendenti e la loro capacità di influenzare il cambiamento socio-economico locale. I risultati consentiranno di evidenziare le variabili che condizionano i processi di trasformazione dell'economia e della società locale e il grado di motivazione e di coinvolgimento dei cittadini, ma anche di individuare i vincoli e le opportunità – di tipo sia endogeno che esogeno al contesto locale nel quale queste organizzazioni operano – che hanno condizionato il percorso di costruzione di un'identità collettiva, di legami fiduciari e di senso di appartenenza alla comunità. Solo così sarà possibile diffondere – fra le Comunità Intraprendenti esistenti, i policy maker e, in generale, presso l'opinione pubblica – la conoscenza sulle differenti tipologie di Comunità Intraprendenti attive oggi in Italia, aiutandole a valorizzare i loro vantaggi competitivi e a comprendere quali misure di sostegno pubbliche e private sono più efficaci per stimolare lo sviluppo, il consolidamento e la diffusione di questi nuovi modelli imprenditoriali a matrice comunitaria, evitando che finiscano per restare esperienze marginali.

Il presente Rapporto di ricerca, dedicato alla prima fase del progetto, è diviso in due parti.

La prima parte descrive la metodologia di ricerca utilizzata e presenta una prima mappatura delle Comunità Intraprendenti intercettate con lo scopo di fornire un inquadramento quantitativo del fenomeno in Italia e come questo si distribuisce nelle differenti tipologie.

La seconda parte illustra i risultati dell'analisi quantitativa per ciascuna tipologia di Comunità Intraprendente individuata, con lo scopo di analizzare in dettaglio le principali forme di auto-organizzazione delle comunità che stanno emergendo oggi in Italia e i bisogni a cui cercano di dare risposta.

Le riflessioni conclusive che chiudono il Rapporto riassumono quanto emerso dall'analisi di ciascuna tipologia di Comunità Intraprendente che è stata mappata, mettendo in evidenza i principali elementi che le accomunano.

1. LE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI: TRATTI DISTINTIVI E DIFFUSIONE IN ITALIA

1.1 Il tema e la sua rilevanza

Lo sviluppo economico si forma nei luoghi, in tempi e modi diversi. Una delle manifestazioni più evidenti di questo processo sono le disuguaglianze socio-economiche che si generano fra i territori di una stessa regione e, più in generale, fra regioni dello stesso Paese. Anche la reazione delle comunità locali che subiscono gli effetti negativi dello sviluppo economico non è omogenea. Se alcune di esse si rassegnano a una condizione di marginalità, nell'attesa di essere aiutate dall'intervento pubblico, altre reagiscono attraverso iniziative imprenditoriali autonome facendo leva sulla loro necessità di soddisfare bisogni collettivi. Si tratta di iniziative ambiziose, poiché sperimentano soluzioni innovative di organizzazione della produzione e di offerta di servizi, potenzialmente in grado di innescare anche processi di trasformazione socio-economica che porta al miglioramento delle condizioni di vita della comunità locale.

In Italia, queste Comunità Intraprendenti non rappresentano un fenomeno del tutto nuovo. Al contrario, esse costituiscono una parte importante della tradizione e dell'evoluzione economica del Paese. Si pensi, ad esempio, al modello cooperativo e a quello dei distretti industriali, alle organizzazioni dell'economia sociale e solidale, ai cluster urbani di piccole e medie imprese o alle reti d'impresa. Tuttavia, negli ultimi anni hanno trovato nuovo vigore attraverso organizzazioni che, basando le proprie azioni sui principi dell'aiuto reciproco, della partecipazione e della solidarietà, realizzano attività economiche in funzione dello sviluppo sociale degli individui e delle loro comunità.

L'interesse per la capacità di auto-organizzazione delle comunità locali risulta più marcato nei periodi di crisi, quando l'intervento pubblico e i modelli di sviluppo economico centrati sull'impresa classica di tipo capitalistico mostrano in modo più evidente i propri limiti. Tali limiti sono stati evidenziati di recente con la pandemia da Covid-19, che ha fatto riemergere il bisogno delle persone di ritrovare una propria identità, di riscoprire il valore della prossimità e della condivisione di beni e servizi, dei legami sociali. Questo bisogno ha fatto sì che sempre più persone si siano impegnate nell'aiuto reciproco superando la distinzione tra consumatori e produttori di un servizio, dando vita a nuove forme di solidarietà, riscoprendo quel sistema di valori spesso indeboliti, se non addirittura persi, a causa di un mondo sempre più globalizzato e individualizzato.

Si assiste, così, a un rinnovato interesse per la dimensione locale e si riscoprono i luoghi del vivere quotidiano, ciascuno con le proprie specificità, carenze da superare e opportunità da cogliere. Questa nuova attenzione per i luoghi sta facendo emergere numerose esperienze di auto-organizzazione delle comunità che stanno attuando soluzioni innovative per soddisfare i propri bisogni collettivi. L'intraprendenza di una comunità non si esprime, infatti, soltanto attraverso la performance economica delle sue imprese, ma anche per il modo in cui essa è capace di riconoscere i propri bisogni e di individuare le soluzioni più efficaci per soddisfarli.

Il presente Rapporto di ricerca restituisce una prima mappatura delle Comunità Intraprendenti attive in Italia con lo scopo di individuare e quantificare le varie tipologie di intrapresa comunitaria che operano in diversi ambiti di intervento: dalle filiere di produzione sostenibili e nuovi modelli di consumo alla sostenibilità ambientale ed energetica, dalla realizzazione di progetti di

rigenerazione urbana e sociale ai servizi di prossimità nelle aree marginali, dalla gestione di servizi collettivi alla creazione di nuovi spazi di imprenditorialità, lavoro e socialità.

Per Comunità Intraprendenti si intendono tutte quelle pratiche di trasformazione sociale frutto di processi di organizzazione dal basso attuati da gruppi di persone o organizzazioni che si attivano all'interno del proprio territorio per sperimentare collettivamente soluzioni innovative di sviluppo socio-economico dal cui successo può dipendere il futuro della loro comunità.

Il carattere innovativo di queste esperienze si concretizza, quindi, sia negli aspetti organizzativi che negli ambiti di attività e nei modi in cui coinvolgono la società civile nel suo insieme. È possibile inquadrare le Comunità Intraprendenti come pratiche di innovazione sociale in grado di produrre soluzioni nuove ai crescenti e diversificati bisogni delle popolazioni locali, e considerare gli attori che le compongono come "innovatori sociali" (Barbera, 2019). Nel fornire un identikit degli innovatori sociali, Barbera (2019) sottolinea che questi:

"[...] sono immersi in una struttura relazionale con funzioni capacitanti, si differenziano per specifiche condizioni di contesto (es. risorse di capitale sociale) e modalità di azione collettiva, chiamano in causa il ruolo dei contesti territoriali e le modalità dell'azione pubblica, mettono a tema la dimensione organizzativa dei processi decisionali e la capacità di 'trasgredire' norme collettive consolidate" (Barbera, 2019, p. 76).


Questi attori di spicco del tessuto sociale ed economico locale ricoprono un'importanza che è destinata a crescere nel prossimo futuro, essendosi rilevata strategica soprattutto in situazioni di difficoltà socio-economiche. Infatti, l'attuale scenario di instabilità socio-economica e politica, unito al crescente disagio determinato dall'aumento delle disuguaglianze sociali e territoriali ha mostrato l'inefficacia delle politiche pubbliche in contrapposizione al ruolo positivo svolto dalle iniziative di intraprendenza comunitaria.

Queste nuove pratiche di comunità e cittadinanza attiva hanno effetti positivi su vari fronti: dalla capacità di coinvolgere i cittadini nel partecipare alla vita sociale, culturale ed economica della propria comunità alla costruzione di nuove opportunità di sviluppo economico e occupazionale nel contesto in cui operano, dalla produzione e gestione di beni e servizi, all'aumento del benessere generale delle proprie comunità. L'azione multidimensionale di queste realtà e le soluzioni che elaborano per risolvere difficoltà e problemi locali non sono interpretabili solamente come frutto esclusivo o prevalente dell'interazione tra organizzazioni private e intervento pubblico, ma richiedono di considerare anche il ruolo dei differenti meccanismi di produzione e scambio e di principi diversi, come quelli basati su cooperazione volontaria e reciprocità. Per questo è importante cercare di approfondire quante e quali sono le modalità attraverso cui le comunità si auto-organizzano, a quali bisogni collettivi vogliono rispondere e qual è la loro capacità di promuovere nuovi percorsi di sviluppo locale.

1.2 Strumenti e metodologie

Questo primo Rapporto ha lo scopo di fornire un'analisi preliminare del fenomeno. Nelle pagine che seguono viene presentata una mappatura delle diverse tipologie di Comunità Intraprendenti individuate in Italia e su cui si è deciso di concentrare l'attenzione.

Non essendo disponibili banche dati sulle esperienze di Comunità Intraprendenti, per svolgere l'indagine esplorativa oggetto del presente Rapporto – l'indagine si è svolta tra il 2021 e i primi mesi del 2022 – si è fatto riferimento a documenti e fonti secondarie di vario tipo, tra cui



articoli scientifici e divulgativi a stampa o disponibili sul web, risorse individuate online in siti internet e/o pagine dei social network, e informazioni fornite dalle centrali cooperative o raccolte attraverso la partecipazione ad eventi sui temi di interesse per la ricerca. A partire dalle riflessioni condotte sulle informazioni selezionate attraverso queste fonti, il lavoro di ricerca si è concentrato innanzitutto sulla raccolta di dati e sulla creazione di un database per cercare di inquadrare il fenomeno e realizzare una prima valutazione quantitativa a livello nazionale. Le esperienze mappate sono state scelte in quanto produttrici di pratiche di innovazione sociale dal basso e relative a gruppi di iniziative omogenee, selezionate in modo che fossero rappresentative delle principali tipologie di Comunità Intraprendenti. Lo studio si è concentrato, infatti, su realtà sufficientemente strutturate in termini sia di conoscenza del fenomeno che di tipologie organizzative, che avessero connotazioni precise e indipendenza dal punto di vista operativo. Nello specifico, la scelta è ricaduta sulle seguenti tipologie di Comunità Intraprendenti¹:

- Community Hub;
- Imprese di Comunità;
- Patti di collaborazione;
- Portinerie di quartiere;
- Empori Solidali;
- Comunità a Supporto dell'Agricoltura;
- Food Coop;
- Comunità Energetiche Rinnovabili;
- FabLab.

Una volta individuate queste tipologie, sono state analizzate le loro principali caratteristiche distintive, esaminando, dopo un inquadramento descrittivo di ciascuna tipologia, la loro diffusione territoriale – operando una classificazione per macro-area geografica e per regione – l'anno di costituzione, le attività svolte e le forme giuridiche adottate.

1.3 Le Comunità Intraprendenti: un inquadramento generale del fenomeno

Le esperienze di Comunità Intraprendenti su cui si focalizza il presente Rapporto sono, come si vedrà, tutte diverse tra loro per le tematiche di cui si occupano, per i contesti e le modalità in cui si sviluppano e per le attività che svolgono. Nonostante queste differenze, le realtà selezionate e analizzate, se osservate attentamente, rappresentano modalità di organizzazione delle comunità che condividono i tre elementi considerati fondamentali per definire un modello comunitario intraprendente:

- auto-organizzazione: come risultato di un processo di auto-organizzazione della comunità (o parte di essa);
- beneficio comunitario: le attività sono orientate a migliorare la sostenibilità sociale ed economica della comunità di appartenenza e non solo dei soci dell'organizzazione;
- partecipazione comunitaria: la gestione dell'organizzazione e/o la realizzazione delle sue attività sono portate avanti attraverso il coinvolgimento attivo dei membri della comunità.

¹ Accanto a queste tipologie di Comunità Intraprendenti è possibile riconoscere la presenza di altre esperienze che operano in altri settori, come quelle impegnate a promuovere processi di economia circolare, di housing sociale, di innovazione culturale e pratiche di accoglienza e integrazione sociale di migranti e richiedenti asilo. Tuttavia, le Comunità Intraprendenti attive in questi ambiti, essendo progettualità che spesso fanno capo ad altre organizzazioni e/o che si sviluppano come progetti paralleli, sono ancora più difficili da individuare, approfondire e classificare. È per questo che al momento queste realtà non sono incluse in questo primo Rapporto.

In generale, provando a quantificare le esperienze in oggetto, la mappatura eseguita conta, al 31 marzo 2022, 687 Comunità Intraprendenti (tabella. 1). Le tipologie maggiormente diffuse sono le Imprese di Comunità, che attualmente rappresentano circa il 31% del totale e gli Empori Solidali, che compongono un ulteriore 28% delle Comunità Intraprendenti attive in Italia. La terza categoria più numerosa è rappresentata dai FabLab, con quasi il 20% del totale. Da sole, queste tre tipologie rappresentano il 79% delle Comunità Intraprendenti individuate.

TABELLA 1. TOTALE DELLE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI PER TIPOLOGIA

Comunità Intraprendenti	N.	%
Community Hub	34	5,0
Imprese di Comunità	212	30,9
Patti di collaborazione complessi	47	6,8
Portinerie di quartiere	17	2,5
Empori Solidali	193	28,1
CSA	14	2,0
Food Coop	5	0,7
Comunità Energetiche Rinnovabili	31	4,5
FabLab	134	19,5
Totale	687	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Decisamente meno consistente è il numero delle altre tipologie oggetto d'analisi: le Comunità Energetiche Rinnovabili (CER) individuate sono il 4,5%, i Patti di collaborazione complessi sono quasi il 7%, i Community Hub il 5%. Infine, vi sono le Comunità a Supporto dell'Agricoltura (CSA) (2%), le Portinerie di quartiere (3%) e le Food Coop, un'esperienza di intraprendenza comunitaria, quest'ultima, diffusa in Italia da meno tempo delle altre, che costituisce solo circa l'1% del totale.

Per quanto riguarda la distribuzione geografica, il Sud Italia e le Isole risultano i territori più favorevoli allo sviluppo di iniziative di intraprendenza comunitaria, ospitando ben 196 delle esperienze mappate, pari a quasi il 29% del totale (tabella 2).

TABELLA 2. DISTRIBUZIONE DELLE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI PER AREA GEOGRAFICA

Area geografica	Community Hub	CER	CSA	Empori Solidali	FabLab	Food Coop	Imprese di comunità	Patti complessi	Portinerie di quartiere	Tot.
Nord-Ovest	19	6	4	51	25	--	27	21	7	160
Nord-Est	6	4	5	53	49	3	33	5	7	165
Centro	1	4	3	39	30	1	73	14	1	166
Sud e Isole	8	17	2	50	30	1	79	7	2	196
Totale	34	31	14	193	134	5	212	47	17	687

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Le altre macro-aree del Paese registrano situazioni che non si discostano di molto l'una dall'altra: nel Nord-Est sono attive 165 Comunità Intraprendenti, mentre nel Centro e nel Nord-Ovest se ne contano rispettivamente 166 e 160. Il primo elemento di riflessione che suggeriscono i dati è il divario Nord-Ovest/Sud, poiché il primo conta il minor numero di iniziative che combinano intraprendenza e comunità, mentre il Sud e le Isole il maggior numero. Questi dati non ci forniscono una spiegazione del divario, ma è un aspetto che sarà analizzato nei prossimi Rapporti di ricerca. In contrasto con alcune narrazioni stereotipate sul divario Nord/Sud è il caso

di sottolineare la capacità di questi territori di cercare nelle risorse locali di cui dispongono la risposta ai propri bisogni, auto-organizzandosi attraverso l'avvio di nuove forme di organizzazione della produzione di beni e servizi più idonee per promuovere nuovi percorsi di sviluppo locale di tipo partecipato e comunitario.

Tra i fenomeni a cui è possibile ricondurre l'intraprendenza delle comunità del Sud Italia e delle Isole è da evidenziare la progressiva diffusione del modello delle imprese di comunità. È in queste regioni, caratterizzate da particolari fenomeni di abbandono delle aree interne, che si concentrano, infatti, la maggior parte di queste esperienze (79 su 212) (tabella 2). Tra le regioni della macro-area qui in discorso, l'Abruzzo è la più prolifica di iniziative, con un totale di 32 imprese di comunità attive, seguita dalla Puglia (13), dalla Campania (11) e dalla Calabria (7) (tabella 3).

TABELLA 3. DISTRIBUZIONE DELLE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI PER REGIONE

Regione	Community Hub	CER	CSA	Empori Solidali	FabLab	Food Coop	Imprese di comunità	Patti complessi	Portinerie di quartiere	Tot.
Abruzzo	1	1		9	3		32			46
Basilicata	1	1		1	1		1			5
Calabria		1		7	2		7	1		18
Campania	2	1	1	8	4		11	2		29
Emilia-R.	4	1	2	27	20	3	23	4		84
Friuli-V.G.		1		5	4		2			12
Lazio	1	2	1	7	18		8	6	1	44
Liguria		1		9	2		14	1	1	28
Lombardia	5	2	3	23	14		5	14	3	69
Marche		2		10	4		9			25
Molise							4			4
Piemonte	14	3	1	18	8		8	6	5	63
Puglia	2	3	1	10	5		13	2	2	38
Sardegna	1	3		5	8	1	3			21
Sicilia	1	7		10	7		8	2		35
Toscana			2	12	7	1	45	8		75
Trentino-A.A.		2	2	2	5		6		1	18
Umbria				10	1		11			22
Valle D'Aosta				1	1					2
Veneto	2		1	19	20		2	1	4	49
Totale	34	31	14	193	134	5	212	47	17	687

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Questi territori spiccano anche per il numero di comunità energetiche, ospitando ben 17 delle 31 comunità energetiche mappate in Italia (tabella 2). Con riguardo a quest'ultima tipologia, le regioni più rappresentative sono Sicilia e Sardegna. Si tratta di un dato particolarmente interessante se si tiene conto dell'importanza che i temi dell'autosufficienza energetica, della sostenibilità ambientale e del contrasto alla povertà energetica ricoprono per i territori particolarmente vulnerabili come le Isole². Infine, nel Sud e nelle Isole risulta elevato anche il

² Per un approfondimento sul tema si rimanda al Rapporto 2021 "Energia, Acqua, Mobilità, Economia Circolare, Turismo Sostenibile. Le sfide per le isole minori e le buone pratiche dal mondo", a cura de L'Osservatorio Isole

numero di Empori Solidali, in questo caso distribuiti in modo pressoché uniforme tra le diverse regioni.

Analogamente a quanto si è visto per il Sud e le Isole, anche nel Centro Italia le tipologie di Comunità Intraprendenti maggiormente diffuse sono le imprese di comunità (73 su 212) e gli Empori Solidali (39 su 193), anche se in questo caso, il Centro è la macro-area con il minor numero di quest'ultima tipologia di Comunità Intraprendente (tabella 2). Per quanto riguarda le imprese di comunità, la regione leader, anche a livello nazionale, è la Toscana, in cui vi sono 45 imprese di comunità. Questa presenza è giustificata dall'impegno della Regione nel riconoscimento e nella promozione di queste imprese come strumento chiave per contrastare i processi di spopolamento e abbandono delle aree marginali³.

Il Nord-Est si distingue dalle altre macro-aree per via di un quadro di esperienze più variegato. In questo territorio, spicca il fenomeno degli Empori Solidali (53) e, soprattutto, quello dei FabLab (49), due tipologie che insieme compongono più del 60% delle Comunità Intraprendenti che vi si localizzano (tabella 2). Entrambe le tipologie, inoltre, raggiungono la massima concentrazione proprio nel Nord-Est del Paese. Per quel che riguarda i FabLab, dai dati emerge la forte presenza di questo tipo di organizzazioni in Emilia-Romagna (20), Veneto (20) e Lombardia (14), con numeri che si distaccano dalla maggior parte delle altre regioni italiane (tabella 3). Per gli Empori Solidali, invece, troviamo al primo posto l'Emilia-Romagna (27), che ne conta il numero più alto rispetto alle altre regioni (tabella 3). In generale, l'Emilia-Romagna è la regione con la più alta concentrazione di Comunità Intraprendenti (84), posizionandosi ben al di sopra della media nazionale, seguita dalla Toscana (75) e dalla Lombardia (69) (tabella 3).

Un altro dato interessante che riguarda il Nord-Est è che in questa macro-area si sono diffuse anticipatamente rispetto ad altre regioni le iniziative legate alle filiere corte e sostenibili sul tema del cibo e dell'agricoltura. È nelle regioni del Nord-Est, infatti, che si concentrano principalmente le esperienze delle CSA e delle Food Coop. Meno presenti rispetto al Centro e Sud Italia sono le esperienze di imprese di comunità, che contano solamente 31 unità in totale, attive principalmente in Emilia-Romagna (23) e Trentino-Alto Adige (4) (tabella 3). Sempre in relazione alle imprese di comunità, tuttavia, il minor numero di iniziative si registra nelle regioni del Nord-Ovest (27) (tabella 2).

In generale, se il Nord-Ovest presenta un numero totale di Comunità Intraprendenti mappate leggermente inferiore rispetto alle altre macro-aree (159) (tabella 2), guardando alla loro composizione queste si distinguono per una maggiore eterogeneità rispetto a quanto osservato negli altri territori, confermando che l'intraprendenza comunitaria si sviluppa in forme diverse a seconda dei differenti contesti e delle loro connotazioni specifiche.

In contrasto con quanto è stato descritto sino ad ora, accanto agli Empori Solidali (51), che rappresentano la tipologia di Comunità Intraprendenti maggiormente diffusa, si nota una presenza significativa di Patti di collaborazione complessi (21 su 47 totali) e di Community Hub

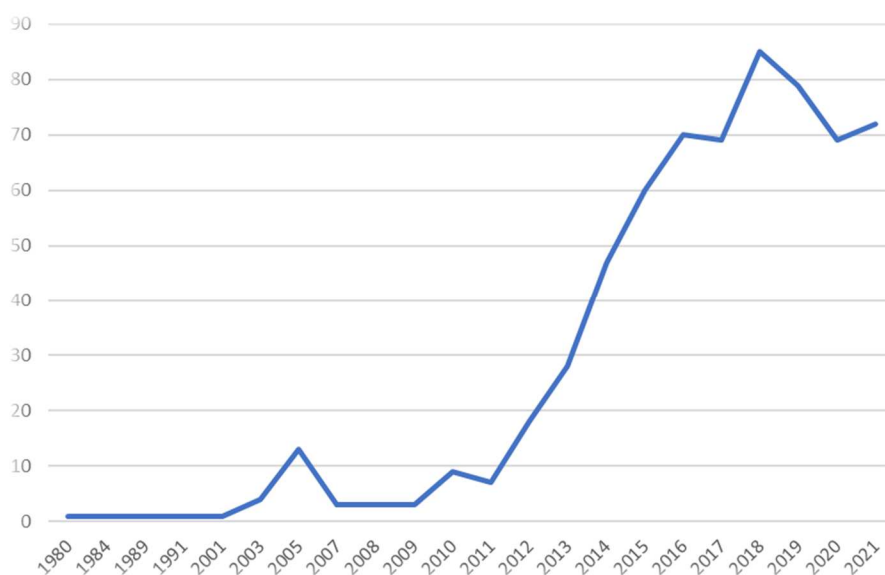
Sostenibili, promosso da Legambiente e dall'Istituto sull'Inquinamento Atmosferico del CNR (CNR-IIA). <https://www.isolesostenibili.it/wp-content/uploads/2021/07/Rapporto-ISOLE2021-ISBN-online.pdf>

³ La Regione Toscana ha tre bandi dedicati a sostenere la nascita e il consolidamento delle cooperative di comunità. Il primo bando (maggio 2018) era rivolto a quelle realtà già costituite o da costituire operanti in aree rurali, montane e marginali della regione. Il secondo bando (dicembre 2019) si rivolgeva sia ai territori indicati nel primo bando sia alle aree metropolitane o periferiche urbane, caratterizzate da minore accessibilità sociale, economica e di mercato, grazie ad una modifica della normativa regionale in materia. Il terzo bando (marzo 2022) è, invece, nuovamente rivolto alle aree interne, montane o a rischio di spopolamento o caratterizzate da condizioni di disagio socio-economico e di criticità ambientale, per contrastare e mitigare gli effetti negativi causati dalla pandemia da Covid-19 e rilanciare l'economia.

(19 su 34 totali). Questi due modelli, pressoché assenti nelle altre macro-aree si concentrano soprattutto in Piemonte (6 Patti di collaborazione complessi e 14 Community Hub) e in Lombardia (14 Patti di collaborazione complessi e 5 Community Hub) (tabella 3).

Dopo aver quantificato il fenomeno e la sua distribuzione territoriale, l'indagine si è concentrata sulla variabile cronologica. Dall'analisi dell'anno di costituzione delle diverse tipologie di Comunità Intraprendenti che sono state mappate è possibile evidenziare come vi siano stati tre periodi maggiormente rilevanti per la loro nascita e diffusione (figura 1).

FIGURA 1. ANDAMENTO TOTALE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI PER ANNO DI COSTITUZIONE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Il primo periodo (2007-2008) è legato agli anni della crisi finanziaria. Come si può vedere dalla figura 1, il numero di Comunità Intraprendenti inizia a crescere in modo esponenziale a partire dal biennio successivo (2009-10), come reazione alla crisi. Questo dato è particolarmente interessante perché conferma il fatto che di fronte a situazioni di crisi alcune comunità locali reagiscono attivamente attraverso la costituzione di forme organizzative generate dal basso, come quelle dell'Economia Sociale e Solidale, che rappresentano soluzioni alternative ai tradizionali interventi istituzionali di tipo assistenzialistico e alle forme organizzative della produzione centrate sull'impresa classica di tipo capitalistico.

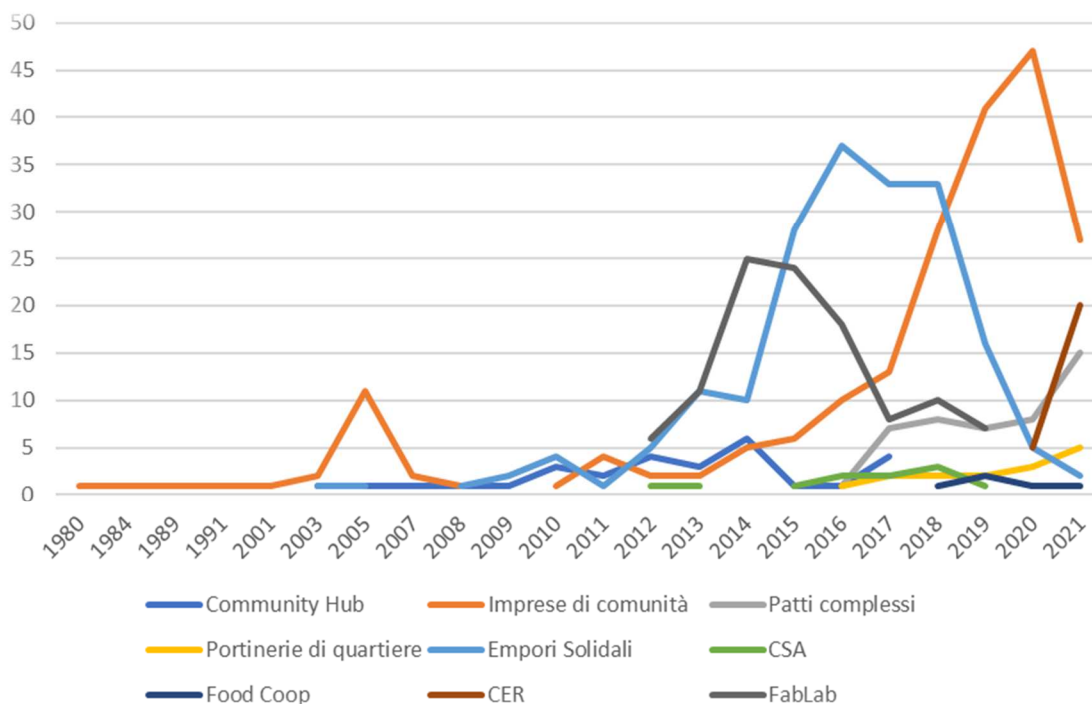
Nel secondo periodo (2013-19) la proliferazione di iniziative di intraprendenza comunitaria è determinata dalla "presa di coscienza" da parte di enti di rappresentanza e istituzioni pubbliche dell'importanza di queste realtà. Infatti, un contributo importante allo sviluppo di alcune tipologie di Comunità Intraprendenti è dovuto all'interesse di Comuni, Regioni e centrali cooperative che sono intervenuti con appositi strumenti di sostegno, soprattutto con riguardo alle imprese di comunità, ai FabLab e ai Patti di collaborazioni complessi.

Esaminando nel dettaglio i dati a disposizione con riguardo a entrambi i periodi, è possibile evidenziare la cospicua crescita degli Empori Solidali (figura 2), che rappresentano una risposta al disagio socio-economico che numerose persone hanno patito durante e dopo la crisi.

La nascita di nuovi Empori Solidali non è stata l'unica risposta alla crisi. Infatti, a partire soprattutto dal 2014, è cresciuto anche il numero delle imprese di comunità (figura 2), un segnale

che alcune comunità locali hanno deciso di “prendere in mano” il proprio destino avviando iniziative imprenditoriali e costruendo spazi di apprendimento collettivo, dove condividere e sperimentare nuove idee, sviluppare progetti e trovare soluzioni ai problemi locali. In questo movimento di imprenditorialità comunitaria si inseriscono anche i FabLab, il cui numero è aumentato notevolmente a partire dal 2013 (figura 2).

FIGURA 2. ANDAMENTO SINGOLE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI PER ANNO DI COSTITUZIONE




Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Il terzo periodo (2020-21) è legato alla pandemia da Covid-19. Gli effetti causati dall'emergenza sanitaria sono stati duplici. Il primo è derivato dalla crisi economica provocata dalla chiusura forzata della maggior parte delle attività produttive attuata dal Governo per contrastare la diffusione del virus. Anche in questo caso, si segnalano gli Empori Solidali. Sebbene vi sia stata una diminuzione delle nuove aperture, al contempo si è verificato un aumento del loro bacino di utenza, formato da persone che all'improvviso si sono trovate senza lavoro, e gli Empori Solidali hanno saputo riorganizzarsi per rispondere ai nuovi bisogni indotti dall'emergenza socio-economica e offrire nuovi servizi alla comunità.

Il secondo effetto della crisi pandemica ha riguardato la crescita, in soli due anni, delle imprese di comunità (35%), dei Patti di collaborazione complessi (49%) e delle Portinerie di quartiere (47%), come risposta alla mancanza di servizi essenziali sia in numerosi contesti considerati già marginali nel periodo pre-pandemico, che nei quartieri urbani, i cui abitanti hanno visto nell'offerta di servizi di prossimità da parte dei Patti di collaborazione complessi e delle Portinerie di quartiere la risposta ai loro bisogni.

Una riflessione a parte va riservata alle CSA e alle Food Coop. Queste due tipologie di Comunità Intraprendenti sono attive da pochi anni e ancora poco diffuse in Italia, ma condividono il medesimo scopo: promuovere la produzione e l'offerta di prodotti agro-alimentari, facendo leva sulla costruzione di reti di relazioni tra produttori e consumatori, contribuendo positivamente



a rafforzare il tessuto sociale locale. Le CSA nel periodo pandemico hanno subito un rallentamento con riguardo sia all'importanza quantitativa che alla diffusione territoriale (figura 2). Le Food Coop sono presenti in Italia solo dal 2018, ma hanno immediatamente suscitato l'interesse dei cittadini, sempre più orientati a valorizzare filiere e produttori locali, come modelli di consumo alternativi alla grande distribuzione, fondati sull'approvvigionamento di cibo locale, naturale ed etico. Durante il periodo pandemico ne sono nate due delle attuali cinque esistenti (figura 2), ma altre sono in procinto di nascere.

Infine, sempre nel periodo 2020-21, si segnala che i Community Hub, dopo un avvio promettente, hanno conosciuto una battuta d'arresto, probabilmente a causa della pandemia. Al contrario, si registra l'incremento delle Comunità energetiche rinnovabili (80%), ma questo per effetto delle politiche di transizione ecologica attuate a livello europeo e nazionale (RED II, IEM, L. 8/2020)⁴. Nei prossimi anni, questa tipologia di Comunità Intraprendenti è destinata a crescere ulteriormente non solo per il tema ambientale, quanto soprattutto a causa della crisi energetica in corso, che spinge per l'approvvigionamento energetico da fonti alternative ai combustibili fossili.

Come si è detto all'inizio del capitolo, le diverse tipologie di Comunità Intraprendenti che sono state mappate sono presentate separatamente nei capitoli successivi. Ogni capitolo condivide lo stesso schema espositivo: dopo un inquadramento generale di una determinata tipologia (che cosa è), si analizza l'anno di costituzione (quando è nata), la sua distribuzione geografica (dove è localizzata), le forma giuridica che adotta (come è organizzata) e il tipo di attività che svolge (che cosa fa).

⁴ Le direttive europee RED II (2018/2001/UE) e IEM (2019/944/UE) stabiliscono i riferimenti normativi per la partecipazione di soggetti (singoli o associati) alla produzione, al consumo e alla condivisione di energie da fonti rinnovabili. Queste direttive sono state recepite in Italia con la Legge n. 8 del 28 febbraio 2020 che ha convertito in legge l'articolo 42-bis del Decreto Milleproroghe 162/2019. A questa si sono poi aggiunte la delibera 318/2020 di ARERA, il Decreto Ministeriale del 16 settembre 2020 del MISE e, infine, il D.Lgs. 199/2021, che ha modificato alcuni aspetti critici emersi con l'applicazione della L. 8/2020.

2. LE COMUNITÀ INTRAPRENDENTI NEL DETTAGLIO

2.1 I Community Hub

Informazioni generali

In generale, è possibile inquadrare i Community Hub come luoghi ibridi, polivalenti, contenitori di attività variegata e attori sociali diversi, in cui si sviluppano, a partire dalle necessità locali, servizi per la comunità attraverso la sua partecipazione attiva in un'ottica di co-creazione e abilitazione di progettualità. I Community Hub sono considerati "attivatori sociali" (Calvaresi e Lazzarino, 2018a), luoghi fisici il cui campo di azione si innesca "specificatamente intorno alla relazione persone-comunità-spazi" (Bocco et al., 2018, p. 80) in riferimento a "progettualità polisemiche, a cavallo fra gli ambiti dello sviluppo di comunità e della riqualificazione urbana" (Calvaresi e Lazzarino, 2018a, p. 77). Infatti, se da un lato, è possibile identificare i Community Hub come "occasioni di rigenerazione urbana" (Alteri, 2021), dall'altro, a queste devono associarsi processi di "rigenerazione sociale" e di "capacitazione" della comunità e degli attori locali.

Per una definizione più chiara e puntuale di Community Hub è possibile fare riferimento a quella elaborata dall'organizzazione inglese Locality (2016):

"Community hubs provide services for the community, but also by the community. Local people are involved both in making decisions about how services are run, how buildings are managed, and also supporting delivery through volunteering."

Community hubs most commonly operate out of buildings, from which multi-purpose, community-led services are delivered [and they] are in themselves a good use of local assets, and the model can help to underpin an enterprising and resilient community organisation".

I Community Hub, dunque, non sono solo luoghi in cui vengono creati servizi a misura di una specifica comunità attraverso forme di imprenditoria sociale (Calvaresi, 2018), ma rappresentano veri e propri hub di sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui nascono. Pur mantenendo alcune caratteristiche in comune, i Community Hub possono assumere molteplici forme, essendo entità che sorgono nei contesti più vari, con funzioni diverse e che propongono attività eterogenee rivolte a molteplici fasce di soggetti adattandosi ai bisogni locali. Inoltre, funzioni e attività possono cambiare nel tempo per rispondere alle istanze in evoluzione dei cittadini. Tra gli elementi che li contraddistinguono, come evidenziato anche all'interno del documento di visione strategica "I luoghi puri impazziscono" (2016)⁵, le differenti esperienze di Community Hub condividono il carattere di prossimità e radicamento sul territorio, gli obiettivi di inclusione sociale, l'abilità di fare impresa/creare lavoro, la varietà d'usi degli spazi che li compongono. Questi elementi si rintracciano nelle tipologie di attività che possono avere luogo all'interno dei Community Hub: servizi di welfare, attività per bambini e ragazzi, eventi e proposte culturali e di formazione, attività a elevato impatto sociale e orientate alla creazione di impresa, alla produzione e al lavoro, "dove l'artigiano convive con la postazione per il giovane creativo, la start-up e la cooperativa sociale, il coworking, il fab-lab, l'asilo, la caffetteria e la web radio" (Calvaresi e Lazzarino, 2018a, p. 77). Il carattere aperto e informale di questi spazi permette la

⁵ Il documento, redatto in occasione del Festival delle Comunità del Cambiamento (ottobre 2016) e promosso dall'Associazione RENA, è stato curato da Avanzi, Dynamoscopio, Kilowatt e dalla Cooperativa Sumisura.

formulazione di *community-led-activities* (Locality, 2016), che oltre a generare capitale sociale, si occupano di problematiche, in cui convivono bisogni collettivi e necessità privatistiche (Calvaresi e Lazzarino, 2018b), generalmente non intercettate o presenti nell'agenda dell'attore pubblico. Sotto questa luce, questo tipo di Comunità Intraprendente si configura come una possibilità di ripensare anche il rapporto pubblico-privato e la relazione tra profit e non profit.

Tali elementi si rintracciano anche nelle dinamiche che portano alla nascita di un Community Hub. Questo può essere il risultato dell'attivazione di un gruppo informale di cittadini, dell'iniziativa di realtà già presenti sul territorio come associazioni, cooperative sociali, ecc., oppure il frutto di una programmazione urbana congiunta tra ente pubblico locale e organizzazioni del privato sociale. Nei passi successivi, il ruolo del soggetto gestore è fondamentale per lo sviluppo e la buona riuscita dell'esperimento di "incubazione di comunità", che si concretizza in un lavoro costante di facilitazione, coordinamento e ascolto delle diverse anime e dei diversi attori che gravitano attorno al Community Hub, atto a coltivare e creare valore attraverso le risorse della comunità per favorire il benessere della stessa.

Emerge, dunque, l'importanza di queste realtà nell'"innescare iniziative integrate di rigenerazione urbana" (Calvaresi, 2018, p. 106) in cui viene data nuova vita a spazi e comunità, nel contribuire a proporre agende urbane innovative, a fornire servizi integrati progettati in base alle necessità locali, nel rinforzare legami sociali e relazioni formali e informali tra diversi soggetti che operano in un territorio. I Community Hub, utilizzando le parole di Fabrizio Barbiero, "possono assolvere a quella funzione che un tempo apparteneva alle piazze e ai cortili condominiali" (cit. in Calvaresi e Lazzarino, 2018b, p. 88) e rappresentano "'porti urbani' da cui partire per una nuova navigazione" (Calvaresi e Lazzarino, 2018b, p. 92) che mette le comunità locali al centro.

I Community Hub in Italia

La mappatura presentata in questa sede propone un'analisi che si concentra su 34 Community Hub intercettati in Italia. Il campione, le cui principali caratteristiche saranno approfondite di seguito, è distribuito su tutto il territorio nazionale e descrive esperienze estremamente differenti tra loro sia in riferimento alle dimensioni, ai soggetti gestori, sia – soprattutto – alle attività svolte.

Osservando la tabella 4 è possibile notare come solo il 5% delle Comunità Intraprendenti individuate dall'indagine appartenga alla categoria dei Community Hub.

TABELLA 4. I COMMUNITY HUB

Community Hub	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Community Hub	34	5,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2021.

Come si è detto, ciò può essere giustificato alla luce delle principali caratteristiche di queste realtà: l'essere spazi ibridi e informali, infatti, ne rende complessa l'individuazione, soprattutto nel paragone con esperienze maggiormente formalizzate (es., imprese di comunità). Tuttavia, il dato descritto dalla figura 3 potrebbe essere motivato in virtù di un ulteriore elemento. Non trattandosi di un modello giuridico *ad hoc*, il Community Hub è gestito generalmente da un soggetto giuridico terzo (tabella 5 e figura 3), spesso un'associazione o un gruppo informale; appare

evidente come un simile fattore possa rendere estremamente difficoltosa l'individuazione e la successiva mappatura delle esperienze in questione.

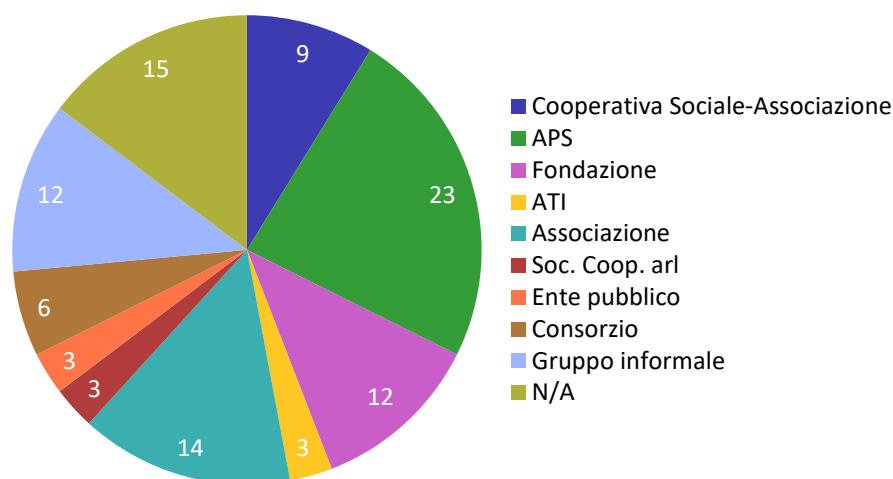
Al contrario, a volte è possibile intercettare un Community Hub, ma dalle informazioni disponibili online non emerge quale sia la forma di riferimento adottata per la sua gestione (tabella 5 e figura 3).

TABELLA 5. COMMUNITY HUB PER FORMA GIURIDICA

Community Hub	N.	%
Cooperativa Sociale-Associazione	3	8,8
APS	8	23,5
Fondazione	4	11,8
ATI	1	2,9
OdV	5	14,7
Soc. Coop. arl	1	2,9
Ente pubblico	1	2,9
Consorzio	2	5,9
Gruppo informale	4	11,8
N/A	5	14,7
Totale	34	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 3. FORMA GIURIDICA COMMUNITY HUB. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Forma giuridica

Come indicato sopra, i Community Hub adottano differenti forme giuridiche a seconda dei soggetti promotori che si fanno carico della loro costituzione. Tra queste, quella che prevale è la forma associativa, sia in veste di associazione di promozione sociale (APS) (8) che di organizzazione di volontariato (OdV) (5). Di seguito, sempre fortemente legato al carattere volontaristico di queste realtà, troviamo i gruppi informali (4) e le Fondazioni (4) (tabella 5 e figura 3).

Distribuzione geografica

Alla luce delle informazioni raccolte con la mappatura, i Community Hub risultano essere un fenomeno ampiamente più sviluppato nel Nord del Paese, a discapito del Centro e del Sud (tabella 6 e figura 4).

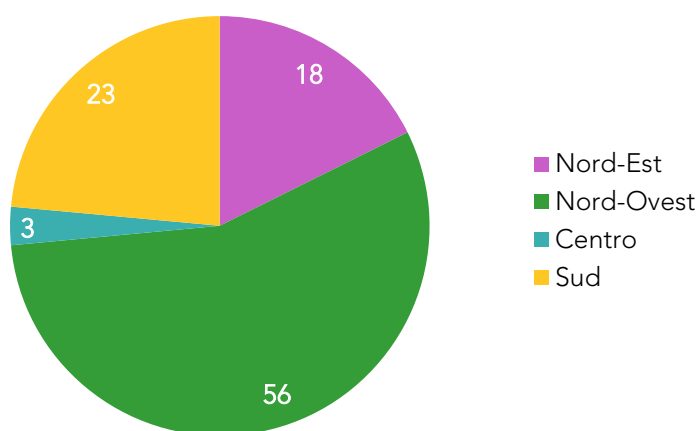
TABELLA 6. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI COMMUNITY HUB PER AREE GEOGRAFICHE

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	19	55,9
Nord-Est	6	17,7
Centro	1	2,9
Sud	8	23,5
Totale	34	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Tuttavia, va notato che, se la maggior parte di queste esperienze è concentrata al Nord e, nello specifico nel Nord-Ovest (19), al secondo posto nella distribuzione geografica si trova invece il Sud del Paese (8), dove si registra un numero maggiore di Community Hub rispetto al Nord-Est (6) e al Centro (1)⁶.

FIGURA 4. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI COMMUNITY HUB PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Com'è possibile osservare nella tabella 7 e nella figura 5, le regioni in cui si registra un numero più elevato di Community Hub sono il Piemonte⁷, la Lombardia e l'Emilia-Romagna. In totale, in queste tre regioni è presente il 62% circa dei Community Hub individuati nel Paese. La restante quota è distribuita in Veneto, Lazio, Abruzzo, Basilicata, Puglia, Campania, Sicilia e Sardegna.

⁶ Come indicato in precedenza, l'individuazione e la classificazione dei Community Hub non è sempre qualcosa di semplice e immediato. Ad esempio, nella mappatura sono presenti cinque Case di Quartiere a Latina (Lazio), ma dal momento che queste sono nate attraverso dei Patti di collaborazione complessi sono state inserite nella parte ad essi dedicata (si veda Cap. 2, par. 3).

⁷ In Piemonte spicca la presenza delle Case del Quartiere di Torino: Bagni Pubblici Via Agliè, Barrito, Bossoli83, Casa del quartiere di San Salvario, Casa del quartiere di Vallette, Cascina Roccafranca, Casa nel Parco, Hub Cecchi Point, Più SpazioQuattro.

Le possibili ragioni della considerevole differenza tra le prime tre regioni e le altre in cui la mappatura ha evidenziato la presenza di Community Hub, sono prevalentemente tre.

Innanzitutto, occorre evidenziare come la maggior parte di queste realtà nasca e si sviluppi all'interno di contesti urbani e in aree metropolitane. Nello specifico, infatti, dei 34 Community Hub rilevati dalla mappatura, 22 si trovano in contesti urbani: Torino (14), Milano (4), Bologna (3), Reggio-Emilia (1). Allo stesso modo, nelle regioni in cui il numero di Community Hub oscilla tra uno e due, questi sono sempre inseriti in contesti urbani e, soprattutto, almeno uno si trova nel capoluogo di regione: Padova (1), Venezia (1), Roma (1), L'Aquila (1), Matera (1), Napoli (2), Palermo (1), Brindisi (1), Bari (1).

TABELLA 7. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEI COMMUNITY HUB

Regioni	N.	%
Abruzzo	1	3,0
Basilicata	1	3,0
Campania	2	6,0
Emilia-Romagna	4	12,0
Lazio	1	3,0
Lombardia	5	14,0
Piemonte	14	41,0
Puglia	2	6,0
Sardegna	1	3,0
Sicilia	1	3,0
Veneto	2	6,0
Totale	34	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 5. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEI COMMUNITY HUB



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In questi luoghi, i Community Hub iniziano a svilupparsi a partire dai primi anni 2000, così come mostrato dalla tabella 8 e dalla figura 6.

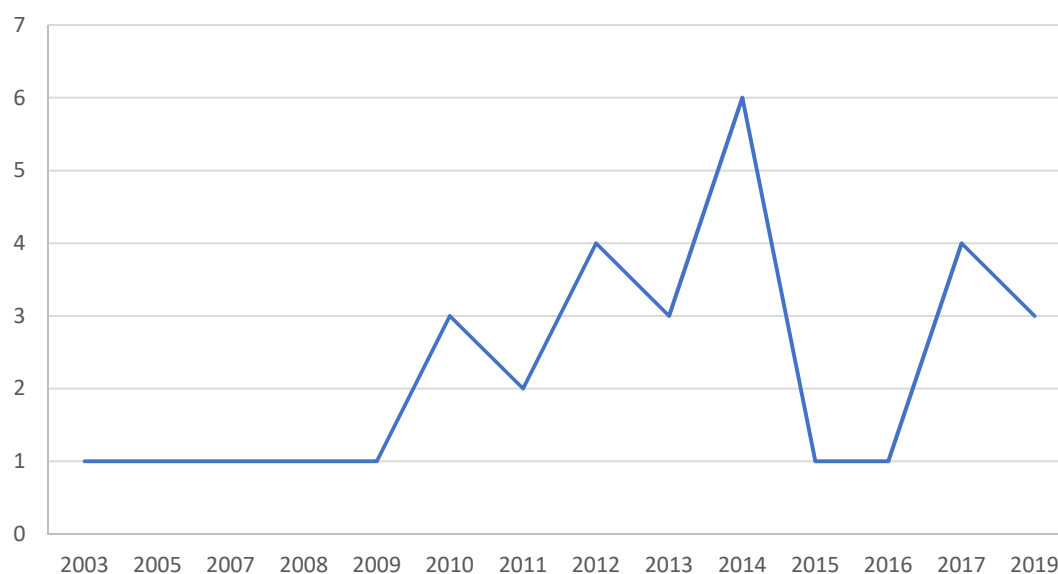
In secondo luogo, in virtù della propria natura estremamente ibrida, aperta e partecipata, la nascita e lo sviluppo dei Community Hub presuppone la realizzazione di attività di co-programmazione e co-progettazione tra gli enti pubblici locali e gli enti del Terzo Settore o, più in generale, le organizzazioni del privato sociale in quanto diretta espressione della comunità di riferimento.

TABELLA 8. ANNO DI COSTITUZIONE COMMUNITY HUB

Anno	N.	%
2003	1	2,9
2005	1	2,9
2007	1	2,9
2008	1	2,9
2009	1	2,9
2010	3	8,8
2011	2	5,9
2012	4	11,8
2013	3	8,8
2014	6	17,7
2015	1	2,9
2016	1	2,9
2017	4	11,8
2019	3	8,8
N/A	2	5,9
Totale	34	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 6. ANDAMENTO COSTITUZIONE COMMUNITY HUB



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In altre parole,

“I Community Hub aprono uno spazio simbolico di elaborazione di istanze collettive, capaci di produrre e orientare le opzioni di cambiamento. Per questo motivo il dialogo con le istituzioni locali è fondamentale, deve basarsi su obiettivi di co-produzione e governance condivisa, superando la tradizionale delega completa per imboccare invece la strada del ripensamento del welfare urbano in maniera partecipata” (Avanzi et al., 2012, p. 44-45).

Tuttavia, com'è noto, questo dialogo tra cittadini e istituzioni – indipendentemente dal fatto che sia formalizzato o meno attraverso gli strumenti della co-programmazione e della co-progettazione – è al momento più diffuso nel Nord e nel Centro del Paese, piuttosto che al Sud, dove le difficoltà, tanto economiche quanto culturali, delle istituzioni rendono estremamente complessa l'adozione di queste nuove forme di collaborazione.

TABELLA 9. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DEI COMMUNITY HUB

Principali settori di attività	N.	%
Co-working	6	17,7
Aggregazione e socialità	12	35,3
Welfare	6	17,7
Cultura	6	17,7
Rigenerazione urbana	3	8,8
Educazione	1	2,9
Totale	34	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In terzo luogo, ribadendo il carattere fortemente partecipativo dei Community Hub, identificabili come spazi di co-costruzione di attività da parte della comunità di riferimento, appare evidente come tali esperienze abbiano una maggiore possibilità di nascere e di sopravvivere in contesti dove è già presente una buona dotazione di capitale sociale. Chiaramente, ciò non toglie che il percorso di realizzazione di un Community Hub possa favorire e stimolare la creazione e l'aumento del capitale sociale in territori che ne sono sprovvisti. Tuttavia, ciò presuppone ovviamente un'azione preparatoria estremamente lunga e complessa, che non necessariamente deve vedere la sua conclusione nella creazione del Community Hub.

Come indicato da Alteri (2021):

“La tensione che li rende presidio locale è data dalla capacità di coordinare, di aggregare, ibridare, coordinare e, infine, creare le condizioni perché la risposta venga dalla comunità stessa, facendola sentire protagonista, valorizzando i talenti e le passioni oltre che le competenze di ciascuno, creando un universo semantico inclusivo e comune. Questo risveglio della comunità in cui il Community Hub è inserito, dai risvolti e dalle opportunità molto ampie per ripensare la città e la gestione dei beni comuni, deve passare poi [...] anche attraverso un percorso di responsabilizzazione, nell'accezione di cura del bene pubblico e della comunità”.

Principali settori di attività

Come evidenziato in precedenza, definire esattamente le attività svolte dai Community Hub a favore della comunità di riferimento, è impresa ardua. Essi, infatti, sono spazi ibridi all'interno dei

quali si realizzano attività estremamente diverse, suscettibili di variare al modificarsi dei bisogni e delle esigenze della popolazione locale.

Ciononostante, in tale sede risulta indispensabile tentare di individuare i principali settori di attività che contraddistinguono l'azione dei Community Hub sul territorio nazionale. Pur trattandosi di una generalizzazione, questa permette di comprendere quali sono le macro-aree di mission e vocazione su cui queste realtà si concentrano. Un simile tentativo, si badi bene, non intende assolutamente ridurre e semplificare la grande varietà di tali realtà, quanto piuttosto si pone l'obiettivo di favorirne la comprensione e di identificare i principali bisogni a cui rispondono (anche in base ai differenti contesti sociali, economici e istituzionali).

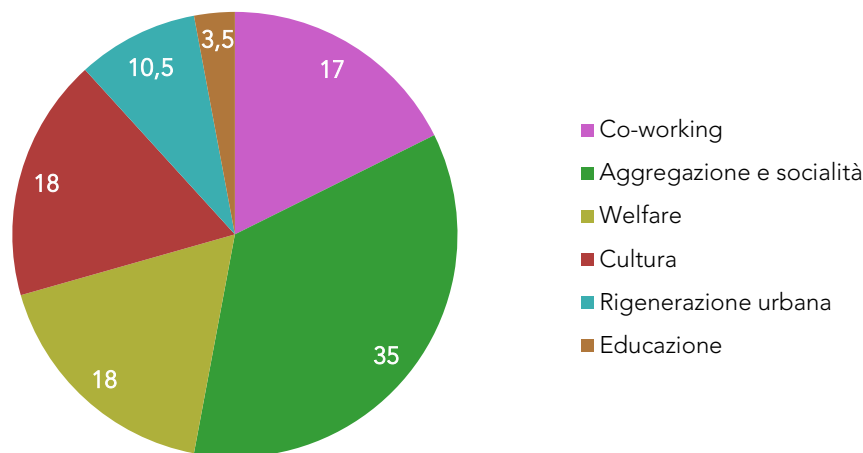
Pertanto, l'estrema varietà di attività svolta dai Community Hub è stata sintetizzata in sei macro categorie:

1. co-working: l'attività principale del Community Hub consiste nella messa a disposizione di aree e spazi adeguati allo svolgimento di attività lavorative, individuali e/o collettive, al fine di favorire la socializzazione e lo scambio di idee in ottica di incubatore;
2. aggregazione e socialità: l'attività principale del Community Hub consiste nella messa a disposizione di spazi che possano incentivare l'aggregazione e la socialità tra i soggetti che frequentano lo spazio stesso. In queste realtà, infatti, si trovano spesso caffè e aree ristoro dove la comunità, senza distinzioni generazionali, si riunisce per le più svariate ragioni;
3. welfare: l'attività principale del Community Hub consiste nell'erogazione di servizi di welfare per la comunità di riferimento. Si tratta per lo più di servizi a supporto di quelli erogati a livello comunale, come sportelli di consulenza, sportelli di accoglienza, sportelli di ascolto e di ricerca lavoro per i soggetti fragili, oppure di servizi a sostegno di alcune fasce della popolazione, come il servizio baby-sitting o di dopo-scuola;
4. cultura: l'attività principale del Community Hub consiste nella promozione e nell'organizzazione di eventi culturali per e con la comunità. In questo caso, le attività spaziano dai cineforum ai concerti dal vivo, dalla presentazione di libri all'organizzazione di rappresentazioni teatrali, dall'organizzazione di corsi di danza, fotografia, teatro, ecc., all'allestimento di mostre;
5. rigenerazione urbana: l'attività principale del Community Hub consiste nella trasformazione di aree urbane dismesse in spazi pubblici di aggregazione e socialità. Un simile obiettivo è stimolato e raggiunto attraverso pratiche differenti: dalle passeggiate urbane alla costruzione di musei urbani, sempre attraverso la tecnica della progettazione partecipata.
6. educazione: l'attività principale del Community Hub consiste nell'erogazione di servizi di carattere educativo, sia formali che informali. In questo caso, il suo obiettivo principale si traduce con il contrasto alla povertà educativa per ogni fascia d'età. Agli spazi per l'infanzia si aggiungono le attività di educazione e formazione per i giovani e per gli adulti. Oltre alle attività di dopo-scuola e all'organizzazione di corsi di lingua, ad esempio, si fa riferimento a sportelli di educazione familiare, affettiva, ecc.

Nella tabella 9 e nella figura 7 è possibile osservare non solo quali sono le principali attività svolte dai Community Hub, ma soprattutto come ciascuno di essi svolga contemporaneamente più attività, come indicato nella loro descrizione di luoghi multi-servizi, oltre che multi-attoriali.

Infine, dalla figura 8 si evidenzia come i principali settori di attività appena descritti si distribuiscono a livello di macro-regioni. Tra questi, emerge in modo particolare l'attività di "aggregazione e socialità" che risulta essere preponderante nel Nord del Paese.

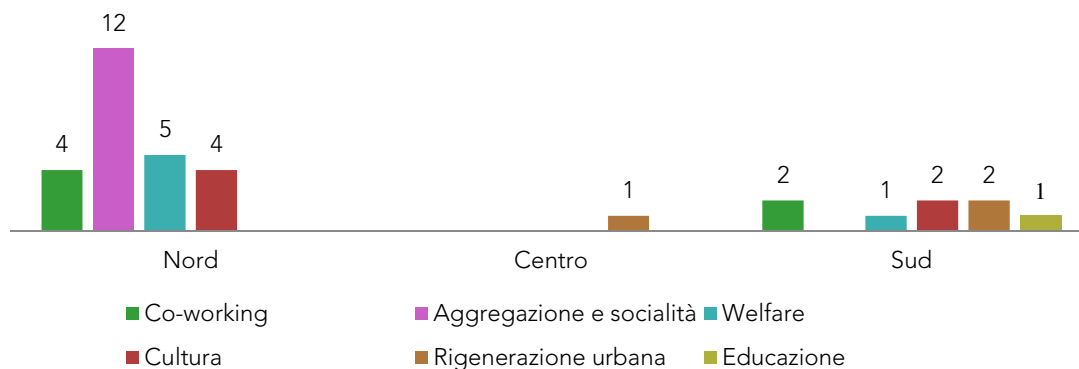
FIGURA 7. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DEI COMMUNITY HUB. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In sintesi, da quanto esposto finora è possibile evidenziare come l’obiettivo prioritario dei Community Hub consiste nel rispondere a una varietà di esigenze del territorio, e quindi della comunità, in cui operano. Per queste loro caratteristiche, i Community Hub si presentano come esperienze molto differenti tra loro, ma accomunate da tre elementi fondamentali: (i) si concentrano su un territorio ed una comunità locale chiaramente definiti; (ii) forniscono una vasta gamma di servizi alla comunità; (iii) la comunità partecipa alla determinazione, progettazione e gestione dei servizi⁸.

FIGURA 8. SETTORE DI ATTIVITÀ DEI COMMUNITY HUB PER MACRO-REGIONE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Si tratta pertanto di Comunità Intraprendenti, in cui ad essere centrale per l’individuazione e la determinazione delle stesse esperienze, è il carattere fortemente partecipativo che le contraddistingue. In questa sede, ciò che interessa particolarmente i Community Hub è la loro capacità di fornire, tramite processi partecipati e di co-progettazione, risposte ai bisogni della comunità di riferimento. In questo senso, è proprio la comunità stessa a leggere, individuare e dare una risposta alle proprie esigenze, tramite la valorizzazione delle capacità tanto dei singoli cittadini quanto delle diverse realtà coinvolte a vario titolo (es., enti pubblici, cooperative sociali, associazioni, gruppi informali, ecc.).

⁸ Per un approfondimento si veda, in particolare, Power to Change, Local Trust & Locality, 2020.

2.2 Le Imprese di comunità

Informazioni generali

Come visto fin qui, il rapporto tra Comunità Intraprendenti e territorio di riferimento è indispensabile in quanto il loro radicamento è fondamentale sia sotto il profilo sociale ed economico-produttivo locale sia perché rappresenta un meccanismo attraverso cui è possibile rendere disponibili delle risorse che vengono successivamente distribuite perseguendo modalità allargate e/o condivise. Un rapporto, questo, generativo che rappresenta una modalità di produzione di valore condiviso (*shared value*) (Porter e Kramer, 2019).

In questa direzione agiscono soprattutto le imprese di comunità, ovvero organizzazioni che hanno per oggetto la produzione di beni e servizi di interesse comunitario, nelle quali i membri della comunità partecipano in modo diretto alla gestione e al finanziamento degli investimenti da realizzare (Euricse, 2016; Mori e Sforzi, 2018; Euricse, 2020). Infatti, l'obiettivo delle imprese di comunità è quello di rivolgersi a tutti gli abitanti di un dato luogo, e non solo ai soci o a gruppi sociali specifici o professionali, adottando un modello inclusivo della pluralità degli attori e degli interessi presenti all'interno della comunità al fine di produrre per loro beni e servizi specifici (Sforzi, 2018a). Attraverso questa tipologia organizzativa i cittadini hanno, quindi, la possibilità di essere coinvolti nei processi che contribuiscono a rispondere ai loro bisogni e interessi, divenendo soggetti attivi e non solo beneficiari passivi di un servizio o di un bene prodotto da terzi.

L'impresa di comunità ha, dunque, la capacità di attivare la cittadinanza locale e di trasformarla in imprenditrice per la rigenerazione socio-economica di un territorio (Peredo, Chrisman, 2006). Per far questo, però, occorre che ci sia innanzitutto un'identificazione da parte della comunità di un bisogno o un interesse, un "fattore generativo" tale per cui viene reputata utile e necessaria la costituzione di un'impresa che consenta di strutturare organizzativamente una risposta efficace. Inoltre, occorre un gruppo di persone e/o un soggetto carismatico riconosciuti dalla comunità che dia loro la fiducia necessaria per attivare dei processi di sviluppo locale (MISE, 2016; Sforzi e Zandonai, 2018; Euricse, 2020).

L'impresa di comunità per essere tale, deve rispondere a queste principali caratteristiche:

- produrre un beneficio per la comunità, cioè deve realizzare un'azione concreta (la produzione di un bene e/o di un servizio) nell'interesse generale di tutta la comunità di riferimento;
- partecipazione della comunità, cioè che tutti i membri della comunità devono poter essere coinvolti nel governo dell'impresa, potersi assumere qualche tipo di responsabilità (gestionale, finanziaria, operativa) e godere (direttamente o indirettamente) dei frutti delle attività realizzate;
- avere una governance inclusiva, cioè garantire l'accesso all'organizzazione e alle sue attività da parte di qualunque soggetto (singolo o associato, pubblico o privato), senza alcun tipo di limitazione o discriminazione. Questa può realizzarsi all'interno della base sociale o attraverso appositi strumenti di partecipazione attiva della comunità capaci di mettere in grado i soggetti interessati di esercitare un'influenza sulle decisioni, strategie e azioni dell'impresa;
- prevedere una limitata distribuzione degli utili e l'indivisibilità delle riserve accumulate negli esercizi precedenti dell'impresa. Secondo questi principi il valore prodotto deve essere utilizzato solo marginalmente per remunerare chi investe del capitale nell'impresa, mentre la percentuale maggiore deve essere reinvestita nell'impresa e per lo sviluppo della comunità;

- la non scalabilità dell'impresa: poiché le imprese di comunità sono impegnate nella produzione e gestione di beni e servizi di interesse generale, non deve essere possibile la concentrazione del capitale e la modifica della finalità d'impresa nelle mani di pochi.

Attualmente, in Italia non esiste una normativa nazionale che legiferi in materia di imprese di comunità e che riconosca in modo univoco tale tipologia organizzativa, ma sul territorio italiano sono presenti normative regionali che definiscono specifiche caratteristiche e modalità di finanziamento con riferimento alle cooperative di comunità, con il rischio di rendere disomogenea e differente la diffusione di tale tipologia organizzativa sul territorio nazionale. Infatti, alcune regioni come la Lombardia⁹ si limitano a riconoscere le cooperative di comunità all'interno delle norme sulle cooperative sociali, mentre altre regioni quali la Toscana e la Liguria riconoscono e promuovono la costituzione delle imprese di comunità come strumento per contribuire alla rivitalizzazione delle aree a rischio di spopolamento e caratterizzate da particolare disagio socio-economico. Solamente Puglia, Abruzzo e Basilicata hanno inserito all'interno delle proprie normative un elemento di particolare distinzione delle cooperative di comunità, facendo un esplicito richiamo alla residenza nelle comunità di riferimento come elemento caratterizzante l'impresa di comunità. L'ambito di operatività di quest'ultima può essere identificato in differenti aree amministrative, quali il Comune o le circoscrizioni, ma l'impresa, per essere considerata "di comunità", deve avere una percentuale di soci residenti in proporzione al numero totale dei residenti nella comunità di riferimento (Sforzi e Borzaga, 2019).

Nonostante l'assenza di una normativa nazionale che le riconosca in modo univoco, le imprese di comunità, si stanno sempre più diffondendo su tutto il territorio nazionale e, forti delle caratteristiche richiamate sopra e del loro carattere multi-attoriale, si stanno dimostrando capaci di agire in modo multi-settoriale, integrando l'azione principale con linee progettuali secondarie che intersecano molteplici settori di intervento che variano a seconda dei bisogni e delle risorse proprie della comunità, e in grado di contribuire positivamente al rilancio dei propri territori.

Le imprese di comunità in Italia

Le imprese di comunità sono un fenomeno in continua espansione, che si genera in modo guidato dai bisogni espressi dal territorio (*need driven*). Proprio per questa stretta connessione con il territorio, si tratta di una forma organizzativa che si è rivelata particolarmente necessaria con la crisi economica che, però, non rappresenta l'unico elemento da cui solo dipende la nascita di questo tipo di imprese. Infatti, secondo la letteratura le imprese di comunità si costituiscono principalmente a fronte di una o più delle seguenti necessità: (i) la ricostruzione e/o il rafforzamento del tessuto sociale del territorio; (ii) il contrasto allo spopolamento di un'area; (iii) la costruzione di risposte ai bisogni della comunità di riferimento; (iv) la costruzione di un'offerta di servizi mancanti alla e nella comunità.

La prima mappatura delle imprese di comunità realizzata da Euricse nel 2019 aveva individuato (dati al 31/12/19) 109 imprese (Euricse, 2020). A gennaio 2022, secondo quanto riportato da una mappatura svolta da Aiccon (dati al 31/06/21), questa tipologia organizzativa risultava avere raggiunto i 188 casi (+72%). Dalla ricerca condotta nel periodo tra gennaio 2021 e marzo 2022, i dati presentati di seguito mostrano che le imprese di comunità attualmente attive risultano essere 212 (+12,8% rispetto al 2021 e +94,5% rispetto al 2019). Il calcolo rimane indicativo, poiché in

⁹ Tra queste c'era anche la Regione Emilia-Romagna che aveva introdotto le cooperative di comunità nel 2014, con una riforma delle norme sulla cooperazione (L.R. 12/2014, art. 2, comma 3). Solo recentemente (maggio 2022) è stato avviato l'iter per un progetto di legge regionale dedicato specificatamente alle cooperative di comunità, approvato il 3 Agosto 2022, con la L.R. 12/2022.

assenza di banche dati ufficiali, è molto complesso individuare tutte le esperienze realmente operanti e quelle in fase di costituzione, ma non ancora formalmente attive.

TABELLA 10. LE IMPRESE DI COMUNITÀ IN ITALIA

Imprese di comunità	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Imprese di comunità	212	31,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Come evidenziato dalla tabella 10, le imprese di comunità rappresentano il 31% delle Comunità Intraprendenti mappate sul territorio italiano dalla presente indagine. Fatta eccezione per qualche organizzazione che ha precorso i tempi ed è stata fondata prima del 1990, è nel 2005 che il fenomeno inizia ad emergere (tabella 11 e figura 9). Tra il 2005 e il 2016 sono state costituite 44 imprese di comunità che si distribuiscono sul territorio nazionale in modo quasi omogeneo tra le macro-regioni di Nord-Ovest (12), Nord-Est (9), Centro (10) e Sud (14).

TABELLA 11 - IMPRESE DI COMUNITÀ PER ANNO DI COSTITUZIONE

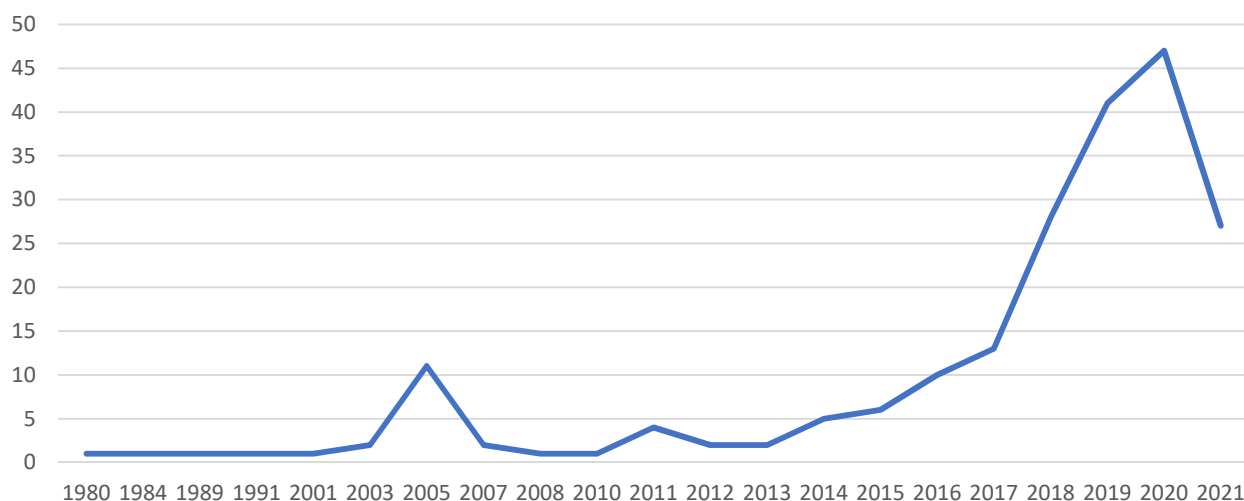
Anno	N.	%
1980	1	0,5
1984	1	0,5
1989	1	0,5
1991	1	0,5
2001	1	0,5
2003	2	0,9
2005	11	5,2
2007	2	0,9
2008	1	0,5
2010	1	0,5
2011	4	1,9
2012	2	0,9
2013	2	0,9
2014	5	2,4
2015	6	2,8
2016	10	4,7
2017	13	6,1
2018	28	13,2
2019	41	19,3
2020	47	22,2
2021	27	12,7
2022	4	1,9
N/A	1	0,5
Totale	212	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Gli anni di maggiore sviluppo risultano essere quelli compresi tra il 2018 e il 2021, nel corso dei quali si sono costituite 143 imprese di comunità che si collocano geograficamente in modo

preponderante nelle regioni Toscana (39), Abruzzo (31) ed Emilia-Romagna (17) (tabella 12 e figura 10). Una distribuzione, questa, influenzata, soprattutto, da bandi pubblici e privati.

FIGURA 9. IMPRESE DI COMUNITÀ PER ANNO DI COSTITUZIONE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In generale, è possibile osservare una linea di tendenza in crescita delle nuove organizzazioni che adottano la forma di impresa di comunità. Seppure la curva rappresentata in figura 9 si fermi all'anno 2021, con un numero di nuove costituzioni inferiore all'anno precedente, è presumibile che la costituzione delle imprese di comunità continui anche nel corso dell'anno 2022, soprattutto a fronte dell'adozione di un'apposita normativa da parte di alcune regioni (Trentino Alto-Adige ed Emilia-Romagna) o di altre in procinto di farlo (es. Molise). Sarà necessario un continuo monitoraggio perché ci sono tutte le premesse affinché il numero possa continuare a crescere, confermando la linea di tendenza.

Distribuzione geografica

Come anticipato, le imprese di comunità si stanno diffondendo in tutto il territorio nazionale. Tuttavia, osservando i dati raccolti attraverso la mappatura, è possibile notare una loro maggiore presenza nelle regioni centrali (34%) e meridionali (37%) (tabella 12). Tale numerosità si giustifica in relazione alla presenza di bandi pubblici regionali e di finanziamenti privati che hanno facilitato la costituzione di questa tipologia organizzativa.

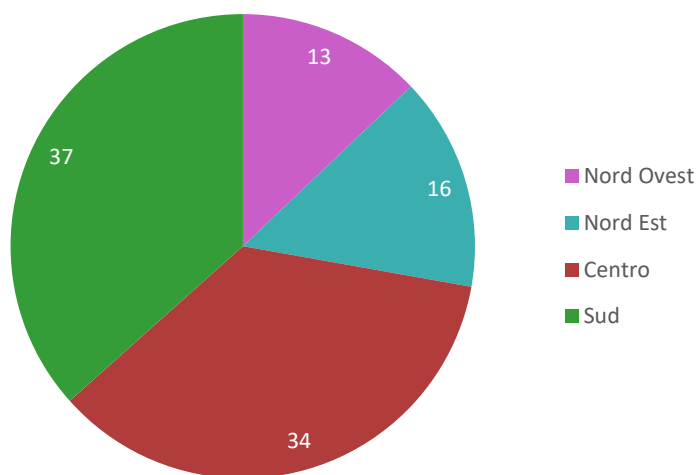
TABELLA 12. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA IN MACRO-REGIONI DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	27	12,7
Nord-Est	33	15,6
Centro	73	34,4
Sud	79	37,3
Totale	212	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Affinché si costituisca un'impresa di comunità occorre la presenza di un gruppo promotore, il quale si fa poi carico di coinvolgere il resto della comunità, in alcuni casi, "a monte", cioè nel processo stesso di costituzione e formalizzazione dell'impresa, in altri casi, "a valle", cioè nell'ampliare la partecipazione della comunità dopo che l'impresa è stata costituita (Euricse, 2020). In generale, il gruppo promotore si costituisce per farsi carico di rispondere a un bisogno o interesse percepito o chiaramente manifestato all'interno della comunità a seguito di un "fattore scatenante" (MISE, 2016; Sforzi e Zandonai, 2018) che può essere endogeno alla comunità (es. la chiusura di un servizio) o esogeno (es. uno shock ambientale o, come negli ultimi anni, pandemico), ma può essere incentivato e accompagnato da opportuni interventi pubblici e privati (es. bandi) orientati a stimolare questo spirito imprenditoriale.

FIGURA 10. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Tra gli attori pubblici maggiormente impegnati nella promozione delle imprese di comunità, si trova la regione Toscana, che nel maggio del 2018 ha emanato un bando per la concessione di contributi a sostegno delle cooperative di comunità già presenti e di quelle da costituire, operanti nelle aree non urbane della regione (rurali e montane) con l'obiettivo di contribuire a mantenere vivi i territori a rischio di spopolamento e le loro comunità abitanti. Considerata la risposta alla pubblicazione di questo bando che ha condotto alla costituzione di 24 imprese di comunità, nel dicembre 2019 ne è stato pubblicato un secondo che ha promosso la nascita di 16 imprese. Si segnala che, in seguito ad una modifica della normativa regionale, quest'ultimo bando ha aperto la possibilità di costituire imprese di comunità anche in aree urbane. Tra la fine del primo bando e il secondo è stata costituita la "Rete toscana della cooperazione di comunità", che vede coinvolti, oltre alle stesse cooperative di comunità, la Regione Toscana, Anci Toscana, le centrali cooperative e i vari Comuni dove sono nate le cooperative di comunità (Euricse, 2020). Infine, nel corso del mese di marzo 2022, la regione Toscana ha pubblicato un terzo bando per il sostegno alle cooperative di comunità che stanziava risorse regionali per 1.199.496 Euro, finalizzate anche alla creazione e allo sviluppo di attività delle reti tra cooperative di comunità a cui possono partecipare le micro, le piccole e le medie imprese costituite in cooperativa di comunità in forma singola o associata in Reti di imprese con personalità giuridica, Reti di imprese senza personalità giuridica (quali ATI, ATS, Rete-Contratto), che operano in aree montane e/o interne o a rischio di

spopolamento, e/o in zone caratterizzate da condizioni di disagio socio-economico e di criticità ambientale. Agendo in questa direzione, l'obiettivo della regione Toscana è quello di sostenere le cooperative di comunità al fine di rafforzare il tessuto economico dei territori delle aree interne, montane, soggette a spopolamento e/o in aree metropolitane o periferiche urbane, che siano caratterizzate da una minore accessibilità sociale, economica e di mercato contribuendo allo sviluppo di realtà imprenditoriali che perseguono l'interesse generale come previsto dalla L.R. 73/2005 del POR FESR Toscana 2014-2020. La regione Toscana promuove in questo modo anche il mantenimento dei livelli di occupazione, poiché le imprese di comunità creano posti di lavoro e costruiscono un sistema di servizi che rende possibile la conciliazione vita-lavoro, gli spostamenti e facilita una maggiore attrazione turistica¹⁰. Sempre in Toscana, ad aprile 2022 è stato pubblicato (con un ammontare di 1.112.000 Euro) il bando del GAL Montagna Appennino dedicato alla presentazione di "Progetti di rigenerazione delle Comunità"¹¹. Questa azione, rivolta a vari soggetti, tra cui le cooperative di comunità, nasce per fronteggiare la crisi socio-economica generata dalla pandemia da Covid-19 e sostenere l'economia rurale. Ad oggi, in Toscana si registrano 45 imprese di comunità attive, classificando la regione al primo posto in termini di numero di imprese di comunità presenti (tabella 13 e figura 11). Questo dato, visto i recenti bandi pubblici, sarà destinato ad aumentare ulteriormente.

TABELLA 13. DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ

Regione	N.	%
Abruzzo	32	15,1
Basilicata	1	0,5
Calabria	7	3,3
Campania	11	5,2
Emilia-Romagna	23	10,9
Friuli-Venezia Giulia	2	0,9
Lazio	8	3,8
Liguria	14	6,6
Lombardia	5	2,4
Marche	9	4,3
Molise	4	1,9
Piemonte	8	3,8
Puglia	13	6,1
Sardegna	3	1,4
Sicilia	8	3,8
Toscana	45	21,2
Trentino-Alto Adige	6	2,8
Umbria	11	5,2
Veneto	2	0,9
Totale	212	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

La seconda regione italiana come presenza di imprese di comunità è l'Abruzzo, dove nel 2015 è stata costituita la Rete "Borghi In", la rete dei borghi cooperativi. Quest'ultima è stata fondata

¹⁰ Per un approfondimento su quanto realizzato dalla Regione Toscana in merito alle cooperative di comunità si veda il sito dedicato: coopdicomunita.toscana.it.

¹¹ Per un approfondimento in merito si veda il sito dedicato: www.serveunai.it.

grazie al sostegno di Confcooperative e al contributo economico di due bandi (2018/2019 e 2020/2021) finanziati da Fondosviluppo¹² con l'obiettivo di costruire un sistema economico che potesse dare alle aree interne gli strumenti utili per costruire attivamente il proprio sviluppo. Attraverso la costituzione delle imprese di comunità e, quindi, aggregando i cittadini attorno a progetti di sviluppo del proprio territorio, la Rete "Borghi In" sta sviluppando processi di sviluppo economico e creazione di nuovo valore nel territorio. Si tratta di aree, per lo più interne, nelle quali vi è una carenza di servizi a cui è necessario dare una risposta al fine di costruire nuovi processi di sviluppo locale. Per fare questo la Rete ha richiesto e richiede di perseguire quattro linee di azione che permettono di unire e valorizzare le differenti ricchezze (umane, patrimoniali, naturali) del territorio abruzzese:

- sviluppare il settore turistico attraverso l'utilizzo intelligente e tutelante delle ricchezze naturali e storico-artistiche del territorio che non devono essere snaturate;
- creare servizi rispondenti ai bisogni espressi dalla popolazione, che facilitano la permanenza delle persone nei borghi, promuovono una migliore qualità della vita e sostengono il coinvolgimento degli abitanti stessi che sono contemporaneamente fruitori ed erogatori dei servizi;
- valorizzare il patrimonio locale (ambientale, immobiliare, culturale);
- promuovere le tradizioni locali (culturali, agro-alimentare, storico-artistiche).

FIGURA 11. DISTRIBUZIONE REGIONALE DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In Abruzzo, ad oggi, sono state mappate 32 imprese di comunità attive (tabella 13 e figura 11), tutte appartenenti alla Rete "Borghi In". Far parte di una rete, permette alle organizzazioni di essere in stretta connessione e favorisce un'organizzazione dei processi partecipativi che sia

¹² Le azioni previste da questo bando erano orientate ad assegnare premi e agevolazioni ai migliori progetti di sviluppo locale presentati, offrendo un accompagnamento imprenditoriale indirizzato alle cooperative (neo costituite o già attive) operanti nelle aree interne, nei piccoli comuni e in aree urbane degradate e/o in condizioni di spopolamento. A livello nazionale, questi due bandi hanno ammesso nel complesso 91 cooperative (82 start-up e 9 sviluppo), di cui 69 finanziate (fonte: www.fondosviluppo.it/Attivit%C3%A0/Bandi-e-call/bandi-comunita).

uniforme tra i vari borghi, seppure tutelando le specificità di ciascuno. Inoltre, grazie alla rete, le organizzazioni coinvolte costruiscono un'identità collettiva funzionale alla creazione di alleanze e reciproci supporti, facilitando il confronto sulle metodologie adottate e le difficoltà incontrate.

Accanto a queste due regioni, osservando la tabella 13 e la figura 11, emergono altre tre regioni italiane che presentano una buona diffusione di tale modello organizzativo. Si tratta delle regioni Emilia-Romagna (23), Liguria (14) e Puglia (13). Queste, seppure non abbiano visto l'applicazione di normative e/o azioni di finanziamento specifiche a livello regionale in materia di sviluppo delle imprese di comunità, hanno incrementato il numero delle organizzazioni di comunità presenti sul proprio territorio. Tale crescita può essere giustificata sempre in rapporto all'adesione a bandi pubblicati da soggetti collettivi legati al mondo cooperativo. Accanto al bando di Confcooperative si trova, sempre a livello nazionale, anche quello promosso da Legacoop e Coopfond, "Coopstartup Rigeneriamo Comunità", avviato a fine 2019. Anche in questo caso, l'obiettivo era favorire il consolidamento, lo sviluppo e la creazione di cooperative di comunità, offrendo servizi di formazione, tutoraggio, accompagnamento e accelerazione di nuove imprese cooperative. Queste ultime agiscono in aree interne, in piccoli comuni e in aree urbane degradate, oltre che in zone agricole abbandonate, in quelle naturalistiche e nelle aree di interesse storico, paesaggistico e culturale. Questo bando ha favorito azioni volte all'inserimento lavorativo, alla sostenibilità economica e ambientale, al recupero di spazi e luoghi e, in generale, alla rivitalizzazione delle comunità, settori di attività che caratterizzano le imprese di comunità mappate nelle regioni di cui sopra.

In aggiunta a queste azioni, le organizzazioni di rappresentanza delle cooperative italiane pubblicano periodicamente progetti e bandi a sostegno dell'impresa cooperativa che si riferiscono ad aree territoriali più ristrette di quella nazionale. È il caso dell'Emilia-Romagna che negli ultimi due anni, ha raddoppiato il numero di imprese di comunità presenti sul territorio. Tale crescita è avvenuta anche grazie ai numerosi progetti di finanziamento che Legacoop Romagna, Alleanza 3.0 e Coopfond hanno promosso. In particolare, si è da poco chiusa la *call* per la quinta edizione di Coopstartup Romagna che ha l'obiettivo di accompagnare lo sviluppo di idee imprenditoriali innovative proposte da gruppi che desiderino realizzarle costituendo una cooperativa, nei territori delle province di Forlì, Cesena e Rimini. Inoltre, questa tipologia progettuale denominata Coopstartup, è stata indirizzata con bandi specifici anche alla città di Bologna e all'Emilia. Infine, anche in questa regione, come in Toscana, troviamo un bando emesso da un GAL (Gal Del Ducato, che coinvolge 59 Comuni del territorio delle province di Parma e Piacenza) dedicato alle cooperative di comunità dal titolo "Innovazione sociale e cooperative di comunità".

Sempre in tema di reti, anche in Liguria è possibile riscontrare la loro attivazione finalizzata all'acquisizione delle competenze utili all'identificazione dei bisogni e delle risorse disponibili, alla progettazione unitaria e condivisa, che avviene attraverso percorsi partecipativi aperti alla cittadinanza. In particolare, l'elemento chiave che permette lo sviluppo delle imprese di comunità in Liguria è la combinazione tra azioni del privato e le amministrazioni pubbliche, che si integra con i percorsi di coinvolgimento della comunità e, successivamente, con attività di sensibilizzazione e formazione alla cittadinanza riguardo allo strumento cooperative di comunità.

In sintesi, si può affermare che in Emilia-Romagna, Liguria e Puglia si siano verificate le condizioni che hanno permesso di intraprendere un percorso di cambiamento di mentalità nella cultura dell'impresa, considerando modelli di business socialmente responsabili e resilienti, che permettono di costruire soluzioni indirizzate ad un'economia sostenibile che riguarda numerosi settori di intervento, quali il turismo sostenibile, la filiera agro-alimentare e i servizi.

Come visto in precedenza, occorre, infine, considerare un ultimo fattore che, nonostante tutti i risvolti purtroppo negativi, ha incentivato lo sviluppo delle imprese di comunità negli ultimi due anni (2019-2021) (tabella 11), ovvero l'emergenza sanitaria dovuta alla diffusione del Covid-19. Infatti, l'impresa di comunità si è rivelata uno strumento utile per fronteggiare le conseguenze della pandemia sugli stili di vita delle comunità locali. In particolare, la necessità di ridefinire le priorità, ha permesso di realizzare strategie organizzative in tempi più rapidi.

Forme giuridiche

L'impresa di comunità può potenzialmente assumere diverse forme giuridiche (Bernardoni, 2018), ma quella maggiormente adottata, su cui è stato posto l'accento fin dal momento in cui si è iniziato a promuovere questo modello in Italia (2011)¹³, è quella dell'impresa cooperativa. Quest'ultima, infatti, ha le caratteristiche che permettono di rispondere ai principi di non scalabilità e ai limiti della distribuzione degli utili, oltre a quello della "porta aperta", principio tipico di questo tipo di imprese. Osservando la mappatura delle imprese di comunità (tabella 14 e figura 12), la forma di impresa cooperativa maggiormente adottata è quella di "Altra cooperativa" (36%), a cui fa seguito la cooperativa di produzione e lavoro (32%) i cui soci sono proprio i lavoratori dell'impresa.

TABELLA 14. FORMA GIURIDICA DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ

Forma giuridica	N.	%
Altra cooperativa	76	35,9
Cooperativa di produzione e lavoro	68	32,1
Società Cooperativa	15	7,1
Cooperativa Sociale Mista A+B	19	9,0
Cooperativa Sociale tipo B	9	4,3
Cooperativa Sociale tipo A	7	3,3
Cooperativa di consumo	5	2,4
Società Cooperativa Impresa sociale	1	0,5
Cooperativa di trasporto	1	0,5
Cooperativa Agricola	1	0,5
Associazione di promozione sociale	1	0,5
Fondazione	1	0,5
N/A	8	3,8
Totale	212	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

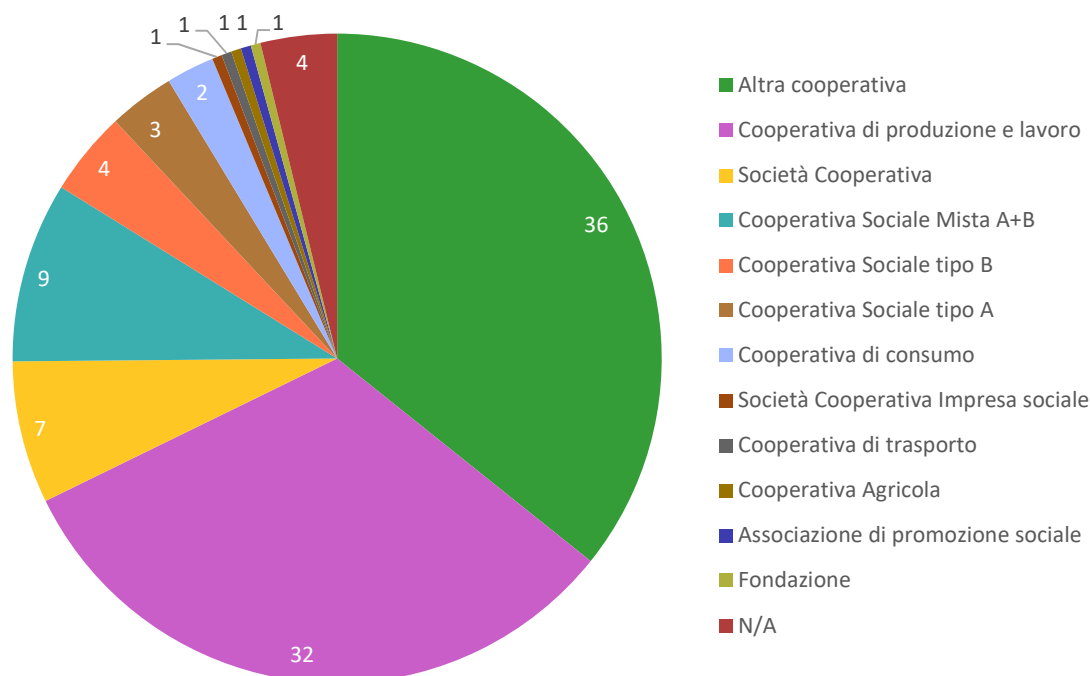
Nel primo caso, la prevalenza di questa forma cooperativa può significare che i soggetti che hanno costituito le imprese di comunità non trovano del tutto "sufficienti" le forme cooperative tradizionali. Nel secondo caso, invece, è che tra i vari bisogni e interessi a cui rispondere c'è molto spesso quello di garantire nuove opportunità di lavoro. La cooperativa di produzione e lavoro può essere adottata per esercitare l'impresa di comunità senza nessun problema, ma per evitare

¹³ È in particolare a un progetto avviato da Legacoop alla fine del 2010 che si deve la diffusione di questo nuovo modello cooperativo. Nel documento "Guida alle cooperative di comunità", pubblicato nel 2011, veniva indicato che le cooperative di comunità, per essere considerate tali, devono perseguire l'obiettivo esplicito di "produrre vantaggi a favore di una comunità alla quale i soci promotori appartengono o eleggono come propria. Questo obiettivo deve essere perseguito attraverso la produzione di beni e servizi per incidere in modo stabile su aspetti fondamentali della qualità della vita sociale ed economica" (Legacoop, 2011, p. 9).

che gli interessi perseguiti siano solo quelli dei lavoratori, ed essere cioè considerata “davvero” di comunità, la cooperativa deve essere in grado di affiancare allo scopo mutualistico il perseguimento delle finalità comunitarie e rendere maggiormente inclusiva la propria governance, allargando la possibilità di divenire soci a soggetti diversi dai lavoratori/imprenditori o attraverso appositi strumenti “esterni” di coinvolgimento della comunità.

L'altra forma di impresa di comunità maggiormente adottata è quella della cooperativa sociale, con 35 cooperative. Di queste, 19 rientrano nella forma mista A+B e si occupano di servizi alla persona e di attività finalizzate all'inserimento lavorativo per persone svantaggiate; 9 sono cooperative di tipo B e 7 di tipo A. Di seguito, troviamo 15 cooperative che non specificano la forma e assumono in questa tabella l'etichetta di “Società Cooperativa”, mentre una sola risulta essere un'impresa sociale (tabella 14 e figura 12).

FIGURA 12. FORMA GIURIDICA DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Attualmente, se si guarda alla possibilità di avere una base sociale multi-stakeholder e coinvolgere formalmente al suo interno l'ente pubblico, le cooperative sociali sono quelle che, teoricamente, meglio possono realizzare un'impresa di comunità. Inoltre, sempre questo tipo di cooperative già prevede in teoria una mutualità allargata alla comunità, poiché allo scopo mutualistico affianca il perseguimento di finalità sociali e di interesse generale della comunità.

Ampliando lo sguardo oltre il modello cooperativo, si trova, infine, l'impresa sociale costituita con altra forma giuridica, incluse quelle di capitali, che, per le sue caratteristiche (D.Lgs. 112/2017) potrebbe essere al momento la forma giuridica che presenta le maggiori somiglianze con l'impresa di comunità¹⁴. Si tratta di enti privati che esercitano in via stabile e principale un'attività di impresa di interesse generale, senza scopo di lucro e per finalità civiche,

¹⁴ La norma nazionale non ancora approvata sulle imprese di comunità punta a inserire questo tipo di imprese proprio all'interno della norma sulle imprese sociali. Si veda il D.d.L. 1650, Disposizioni in materia di imprese sociali di comunità.

solidaristiche e di utilità sociale che adottano modalità di gestione trasparenti e responsabili, favorendo in questo modo un ampio coinvolgimento dei lavoratori, degli utenti e degli altri soggetti interessati.

Principali settori di attività

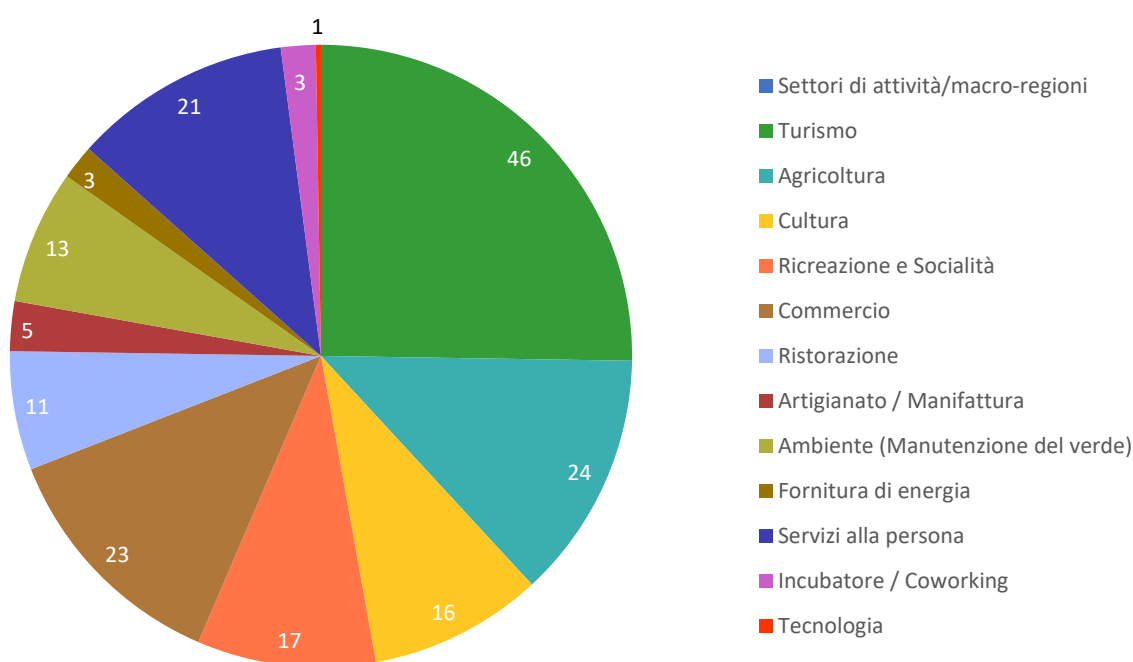
Come anticipato precedentemente, le motivazioni che spingono soggetti singoli e/o collettivi ad aggregarsi e a costituire un'impresa di comunità sono varie, ma sono tutte riconducibili allo sviluppo socio-economico e territoriale dell'area geografica e della comunità di riferimento. Per raggiungere questo obiettivo generale, diverse sono le strategie e gli ambiti di intervento adottati dalle imprese di comunità, che cambiano in base: (i) alle risorse presenti sul territorio di riferimento; (ii) ai bisogni locali a cui queste imprese vogliono fornire nuove risposte e (iii) agli interessi dei membri della comunità dove queste imprese nascono e operano quotidianamente.

Dall'analisi emerge come, al fine di perseguire e raggiungere la propria mission, ogni impresa di comunità investe in differenti settori di attività, riconducibili alle seguenti macro-categorie:

- Turismo: il modello imprenditoriale delle imprese di comunità viene frequentemente utilizzato in contesti in cui occorre costruire una risposta che fronteggi l'impoverimento del territorio, costruendo progetti che riscoprono e valorizzano il patrimonio culturale, storico e naturale dell'area di riferimento.
- Agricoltura: le attività che prendono forma all'interno di questo settore si rifanno a progetti di agricoltura tradizionale, ma in alcuni casi anche di agricoltura sociale, così da consentire l'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati; in entrambi i casi, questo settore è spesso realizzato in forte collegamento con le attività turistiche che promuovono il territorio, condotte dalla stessa impresa di comunità o da altri attori locali.
- Cultura: si tratta di un'area di attività che si trova in stretta connessione con le azioni che rientrano nel settore turistico, in particolare quelle che promuovono le specificità locali in differenti ambiti, come, ad esempio, quello storico-artistico.
- Ricreazione e socialità: le imprese di comunità che agiscono in questo ambito lavorativo, si occupano di organizzare spazi e attività afferenti alla sfera del tempo libero che, congiuntamente, promuovono la socialità tra gli individui che abitano il territorio. Ne sono un esempio le imprese di comunità che si occupano della gestione di cinema e teatri.
- Commercio: le imprese di comunità che operano in questo ambito lavorativo si occupano di gestire attività commerciali di vario genere, quali, per esempio, la vendita di prodotti locali e di abiti prodotti attraverso una filiera sostenibile.
- Ristorazione: attività strettamente connessa allo sviluppo territoriale e al settore turistico, che vede la creazione e la realizzazione di servizi di ristorazione (bar e ristoranti) generanti occupazione, spazi di socialità e servizi che permettono di fornire un'esperienza turistica di maggiore qualità.
- Artigianato e manifattura: attraverso la produzione di beni vengono promossi il recupero e il mantenimento delle tipicità locali, oltre che la condivisione dei valori del territorio tra gli abitanti e tra questi ultimi e soggetti terzi. Infine, la produzione di tali beni artigianali consente la creazione di posti di lavoro.
- Ambiente e manutenzione del verde: le imprese di comunità che investono in questo ambito lavorativo si preoccupano di valorizzare il proprio territorio di riferimento attraverso il recupero di aree boschive, di terreni agricoli, la sistemazione di sentieri e, per quanto concerne le aree urbane, la cura e la manutenzione del verde.

- Fornitura di energia: si tratta di garantire ai propri soci e clienti delle forniture di energia elettrica e di calore autonome, indipendenti dalle grandi aziende fornitrici e che siano economicamente vantaggiose. Contemporaneamente, le diverse attività delle imprese di comunità contribuiscono anche al miglioramento delle condizioni economiche e sociali dei soci e dei clienti. Un modello questo che, specie nel dibattito odierno, avvicina queste imprese alle Comunità Energetiche Rinnovabili (si veda Cap. 2, par. 8).
- Servizi alla persona: in questo ambito di lavoro rientrano le attività che hanno l'obiettivo di raccogliere e rispondere ai bisogni espressi da gruppi di cittadini abitanti il territorio di riferimento, quali servizi per soggetti in età anziana, per l'infanzia, servizi di cura e, in generale, servizi che hanno come principale stakeholder soggetti in condizione di fragilità.
- Incubatore e coworking: si tratta di promuovere lo sviluppo di start-up, fornendo loro il necessario supporto, le risorse umane, economiche, il know-how e lo spazio lavorativo utile alle prime fasi di sviluppo dell'impresa e/o dell'idea imprenditoriale.

FIGURA 13. I SETTORI DI ATTIVITÀ DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Dalla mappatura delle imprese di comunità, emerge che l'attività maggiormente perseguita da questa tipologia organizzativa è quella afferente al settore turistico (46,2%) (figura 13), che si sviluppa prevalentemente nelle regioni italiane collocate al Centro (30) e al Sud (40) (tabella 15 e figura 14). Le altre attività principali sono rappresentate dall'Agricoltura (23,6%), presente soprattutto nell'area meridionale (20 imprese); dal Commercio (23,1%); e dal settore Ricreazione e socialità (17%) che si sviluppa in modo abbastanza simile sul territorio nazionale con una media di nove organizzazioni per area geografica (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud) (figura 14).

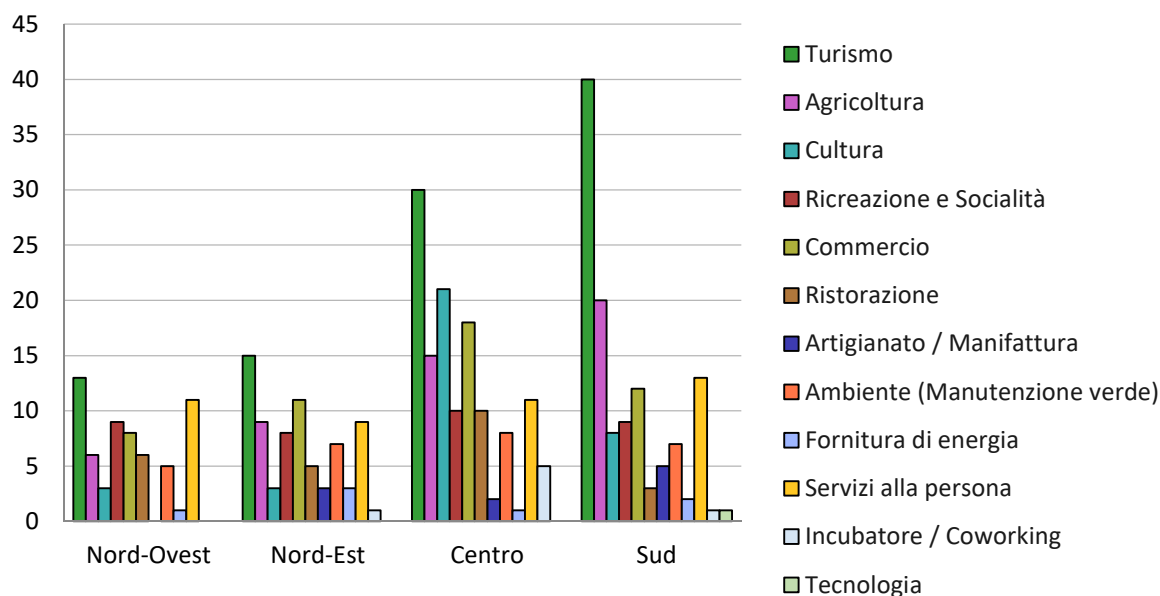
Osservando le 212 imprese di comunità mappate, è possibile rilevare che più della metà delle organizzazioni è impegnato in uno (33,5%) o due settori di attività (32,1%). Risultano essere solamente quattro le imprese che operano in più di cinque settori di intervento, rappresentati in particolare da quello turistico, agricolo, culturale, dell'artigianato, dell'ambiente e dei servizi alla persona (tabella 16).

TABELLA 15. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ

Settori di attività/macro-regioni	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud
Turismo	13	15	30	40
Agricoltura	6	9	15	20
Cultura	3	3	21	8
Ricreazione e Socialità	9	8	10	9
Commercio	8	11	18	12
Ristorazione	6	5	10	3
Artigianato/Manifattura	0	3	2	5
Ambiente (manutenzione del verde)	5	7	8	7
Fornitura di energia	1	3	1	2
Servizi alla persona	11	9	11	13
Incubatore/Coworking	0	1	5	1
Tecnologia	0	0	0	1

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 14. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ IN BASE AL SETTORE DI ATTIVITÀ



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In sintesi, il principale aspetto al centro delle imprese di comunità è la partecipazione dei cittadini alla produzione/gestione di beni e servizi di qualsiasi tipo nell'interesse generale della comunità. In questa prospettiva, la cooperazione di comunità può essere considerata come un fenomeno di "cittadinanza attiva", nel cui modello i cittadini sono co-fornitori attivi dei beni e servizi di cui, contemporaneamente, beneficiano direttamente o indirettamente.

A partire dagli spazi quotidiani in cui si inseriscono, le imprese di comunità valorizzano e rimettono in circolo le competenze collettive e individuali presenti nel territorio, gli asset locali, i beni pubblici e altre risorse, tangibili e non, che risultano essere scarsamente utilizzate all'interno dei processi economici propri delle logiche del mercato (Bandini et al., 2015; Borzaga e Zandonai, 2015; MISE, 2016; Mori e Sforzi, 2018; Euricse, 2020). La riattivazione di questo capitale "dormiente" con caratteristiche intrinsecamente collegate al territorio, permette di sviluppare la dimensione socio-economica dell'area geografica in cui si inserisce, attraverso l'adozione di logiche che non coincidono con i meccanismi tipici dell'intervento statale e neppure con quelle di mercato. Infatti, le imprese di comunità perseguono il beneficio comunitario attraverso ricadute dirette e indirette risultanti dalla diversificazione delle azioni esercitate dalle organizzazioni. A tal fine, queste imprese adottano strumenti che permettono di coinvolgere i membri della comunità, non solo nelle azioni progettuali, ma anche all'interno della struttura organizzativa caratterizzata da un modello di governance inclusivo e aperto (Sacchetti e Catturani, 2017; Sforzi, 2018b). In questo modo viene garantita l'accessibilità ai beni e ai servizi prodotti da parte di tutti i soggetti appartenenti alla comunità di riferimento.

TABELLA 16. DISTRIBUZIONE DELLE IMPRESE DI COMUNITÀ IN BASE AL NUMERO DI SETTORE DI ATTIVITÀ IN CUI LAVORANO

N. attività	Imprese di Comunità per numero di settori di attività	%
1 attività	71	33,4
2 attività	68	32,1
3 attività	33	15,6
4 attività	15	7,1
5 attività	2	0,9
6 attività	1	0,5
7 attività	1	0,5
N/A	21	9,9
Totale	212	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

La forma organizzativa dell'impresa di comunità può, ad oggi, essere sostenuta anche dalle direttive europee che hanno modificato le norme sugli appalti pubblici nei settori ordinari e speciali, prevedendo che gli Stati membri possano riservare delle concessioni per gli operatori economici che perseguono l'integrazione sociale e professionale delle persone con fragilità; che reinvestono i propri profitti per perseguire la mission organizzativa e che prevedono l'azionariato dei propri dipendenti o altri strumenti partecipativi: tutte caratteristiche riconducibili alle imprese di comunità. In Italia, la promozione e il riconoscimento normativo di tali organizzazioni risulta essere ancora oggi frammentato e disomogeneo. Nel primo caso, si può definire frammentato, poiché in assenza di una legge nazionale specifica, è possibile fare leva su altre misure ai fini della loro promozione – anche se spesso si tratta più di politiche territoriali che di iniziative orientate a riconoscere nuove forme di impresa, come, ad esempio, la Strategia per le Aree Interne (Accordo di Partenariato 2014-2020) – che sostengono lo sviluppo di progetti di natura imprenditoriale finalizzati alla creazione e all'aumento del benessere delle popolazioni delle aree interne, promosso attraverso l'utilizzo del capitale territoriale, la costruzione di un'offerta strutturata di beni e servizi essenziali, la promozione di progetti di sviluppo locale che tutelino il territorio e le comunità locali, coinvolgendole attivamente in tale processo. Si tratta di caratteristiche che definiscono lo scopo e l'agire delle imprese di comunità qui descritte. Nel secondo caso, si tratta di un riconoscimento disomogeneo, poiché le norme che riconoscono queste imprese (e il loro

potenziale) sono al momento solo regionali e, di conseguenza, ciascuna regione riconosce (e in alcuni casi finanzia) le imprese di comunità in modo diverso, non solo a causa dei differenti bisogni dei rispettivi territori, ma anche a seconda delle risorse finanziarie a loro disposizione, della lungimiranza delle varie amministrazioni regionali e dalle differenti modalità con cui essi interagiscono o meno con altri attori pubblici e privati a livello nazionale, regionale e locale (ANCI, Comuni, GAL, Centrali cooperative, Associazioni di categoria, ProLoco e associazionismo in genere, ecc.).

2.3 I Patti di collaborazione complessi

Informazioni generali

I Patti di collaborazione sono accordi formali attraverso i quali una pubblica amministrazione e dei cittadini, singoli o associati, definiscono le modalità e le azioni da implementare per la realizzazione dell'interesse generale della comunità. L'obiettivo di questo accordo è la gestione, o cura, dei beni comuni, ossia beni pubblici o privati, generalmente inutilizzati, attorno ai quali i cittadini sviluppano attività fruibili da tutta la comunità (Labsus, 2020). Affinché in un comune possa essere siglato un Patto di collaborazione è necessario che l'amministrazione locale adotti in via preliminare il Regolamento per l'amministrazione condivisa. Il primo Regolamento adottato in Italia risale al 2014 per volere del Comune di Bologna che è stata la prima amministrazione che, con il supporto di Labsus, ha elaborato il testo base del Regolamento che ancora oggi viene adottato in tutta Italia dai comuni che intendono intraprendere la strada dell'amministrazione condivisa (Arena, 2020).

I Patti di collaborazione possono essere semplici o complessi. Nel primo caso, le attività che il Patto prevede sono di piccola-media entità: manutenzione del verde, cura di un'aiuola, apertura e chiusura di un parco pubblico e simili. Questi interventi sono definiti "semplici" non in riferimento alla minore importanza per la comunità, ma per l'esiguo numero di interessi coinvolti e di procedure burocratiche-amministrative necessarie alla loro realizzazione. Nel secondo caso, invece, i Patti vengono definiti "complessi" proprio per il tipo di bene oggetto dell'intervento (generalmente un immobile) e per la quantità di soggetti coinvolti nell'autorizzazione e nel monitoraggio della gestione. Trattandosi, infatti, di accordi che regolano la gestione di edifici dismessi da parte di gruppi di cittadini, vi sono una serie di vincoli, ad esempio di tipo paesaggistico o urbanistico, da rispettare. Inoltre, a differenza di ciò che avviene nella stipula del Patto semplice, la sottoscrizione del Patto complesso prevede un passaggio ulteriore: la sua approvazione in Giunta comunale. Infine, questo tipo di Patti richiede, in genere, anche maggiori risorse economiche.

Rispetto a quelli semplici, i Patti di collaborazione complessi sono quelli che, secondo il presente Rapporto di ricerca, rispondono maggiormente alle caratteristiche richiamate più volte nel definire cosa sono le Comunità Intraprendenti. La gestione di un edificio in disuso, ad esempio, si presta maggiormente ad un progetto ampio di rigenerazione degli spazi che coinvolga più attori sul territorio. Vi è inoltre maggiore probabilità che le azioni realizzate dal Patto attivino piccoli circuiti economici in grado di favorire la creazione di modelli imprenditoriali grazie alla stipula del Patto stesso (all'interno dell'edificio oggetto del Patto, ad esempio, può essere avviata un'attività di ristorazione che attraverso una cooperativa sociale realizza progetti di inserimento lavorativo). Alla luce delle peculiarità di cui sopra, la presente mappatura dedicata ai Patti di collaborazione si concentra su quelli complessi, sia quelli che lo sono in maniera ufficiale

– perché esplicitamente richiamato nel testo del Patto – sia quelli che, pur nascendo come semplici, hanno ampliato nel tempo le proprie attività coinvolgendo un numero di interessi molto simile ai Patti complessi. Infatti, al di là della definizione giuridica che ne è stata data, e precedentemente riportata, nel presente lavoro i Patti complessi che vengono considerati Comunità Intraprendenti sono quelli in grado di favorire l’auto-organizzazione di una parte della popolazione nella rigenerazione di un immobile inutilizzato o di uno spazio pubblico significativo per gli abitanti di un quartiere, ampliare la partecipazione alle attività e alle iniziative che il gruppo promotore del Patto realizza e, infine, generare, attraverso le attività, un beneficio comunitario che migliori le condizioni di vita di coloro che vivono nel territorio di riferimento.

Il Rapporto Labsus del 2020 evidenzia come sul totale dei Patti di collaborazione mappati, pari a 830, 65 sono complessi, che corrispondono circa all’8% del totale (Labsus, 2020)¹⁵. Le elaborazioni che seguono si basano su un numero di Patti complessi leggermente inferiore al numero indicato nel Rapporto Labsus, pari cioè a 47 Patti. Secondo il presente Rapporto, le ragioni di questa differenza sono da imputare sia all’aderenza al modello di Comunità Intraprendente, non rilevabile in tutti i Patti di collaborazione complessi rintracciati dal Rapporto Labsus, sia all’impossibilità, in alcuni casi, di reperire informazioni circa lo stato di avanzamento e/o la presenza delle attività del Patto di collaborazione. Soprattutto nelle città con un elevato numero di Patti sia semplici che complessi, come ad esempio Milano, Torino e Bologna, sono state spesso rilevate esperienze rispondenti al nostro criterio metodologico, ma per le quali è stato difficile comprendere se il Patto fosse concluso o meno e, soprattutto, se le attività fossero cessate o ancora in corso. Questo aspetto, soprattutto per i Patti di collaborazione stipulati alla fine del 2019, può essere stato sensibilmente influenzato dalla pandemia da Covid-19 che potrebbe aver inevitabilmente arrestato sul nascere Patti di collaborazione appena stipulati per i quali si possono rintracciare notizie su giornali locali o pagine social, ma senza la possibilità di consultare il testo del Patto.

I Patti di collaborazione complessi in Italia

Rispetto al totale delle Comunità Intraprendenti mappate fino ad marzo 2022, i Patti di collaborazione complessi individuati sono 47 e rappresentano il 7% del totale (tabella 17).

TABELLA 17. I PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI

Patti di collaborazione complessi	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Patti di collaborazione complessi	47	7,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Alcuni di essi, avendo dato vita a Community Hub, a Case del quartiere o a imprese di comunità, sarebbero potuti rientrare in più di uno dei gruppi di Comunità Intraprendenti che sono stati definiti all’inizio del presente Rapporto. Tuttavia, i criteri utilizzati per individuare il gruppo a nostro avviso più adeguato nel quale collocare le diverse esperienze hanno tenuto

¹⁵ Come riferimento è stato preso il Rapporto pubblicato nel 2020 perché nell’ultimo Rapporto Labsus pubblicato a inizio 2022, i Patti di collaborazione mappati non sono suddivisi in “semplici” e “complessi”. L’unico dato riguarda la classificazione dei Patti per “luoghi”. Al suo interno, il numero di Patti che riguarda la cura/gestione di “edifici/ville” è pari a 86 (+ 21 rispetto al dato del 2020), superando, quindi, di poco l’8% del totale complessivo (praticamente in linea con i dati del Rapporto 2020). Tra questi, come indicato nel testo, troviamo anche “edifici ex-industriali e caserme, categorie immobiliari specifiche, [che] rappresentano rispettivamente lo 0,5% e lo 0,2%. Questo dato [...] ci dice che si sta muovendo qualcosa sul versante della cura e gestione condivisa del patrimonio immobiliare degli enti pubblici (e non solo) e di una crescente disponibilità a ripensare insieme le funzioni di luoghi” (Labsus, 2022, p. 15).

conto del ruolo ricoperto dal Patto di collaborazione nell'avvio delle attività di interesse per la comunità e nella creazione di una relazione (fino alla costituzione dei tavoli permanenti di co-progettazione) per un dialogo continuativo tra cittadini e la pubblica amministrazione locale.

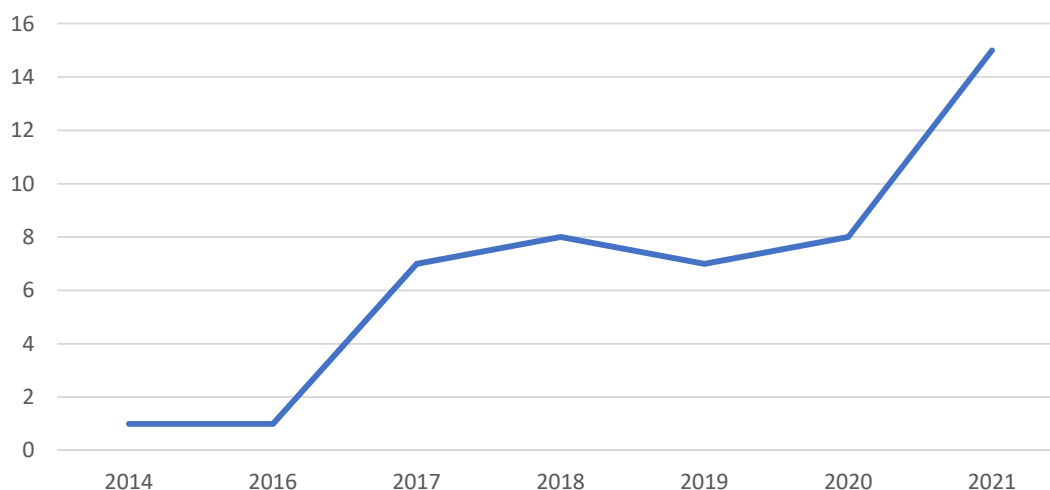
A partire dal 2014 ad oggi il numero di Patti di collaborazione complessi è andato aumentando con una certa costanza, fino ad arrivare al 2021, dove si registra un forte incremento (+15) del numero di nuovi Patti complessi costituiti (tabella 18 e figura 15). Un dato che necessita di approfondimenti, ma che ad una prima riflessione può essere legato al bisogno delle persone di riappropriarsi di spazi collettivi per tornare a "vivere" i luoghi fisici dell'interazione sociale dopo un anno di lockdown dovuto alla pandemia da Covid-19.

TABELLA 18. PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI PER ANNO DI COSTITUZIONE

Anno	N.	%
2014	1	2,0
2016	1	2,0
2017	7	15,0
2018	8	17,0
2019	7	15,0
2020	8	17,0
2021	15	32,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 15. ANDAMENTO COSTITUZIONE DEI PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Distribuzione geografica

La distribuzione geografica dei Patti di collaborazione complessi risulta maggiormente concentrata nel Nord-Ovest del Paese (tabella 19 e figura 16). Questo dato, come si vedrà più avanti, è fortemente influenzato dalla presenza di alcuni interventi di politica pubblica che negli ultimi anni hanno promosso la stipula di Patti di collaborazione in due grandi città come Torino e Milano.

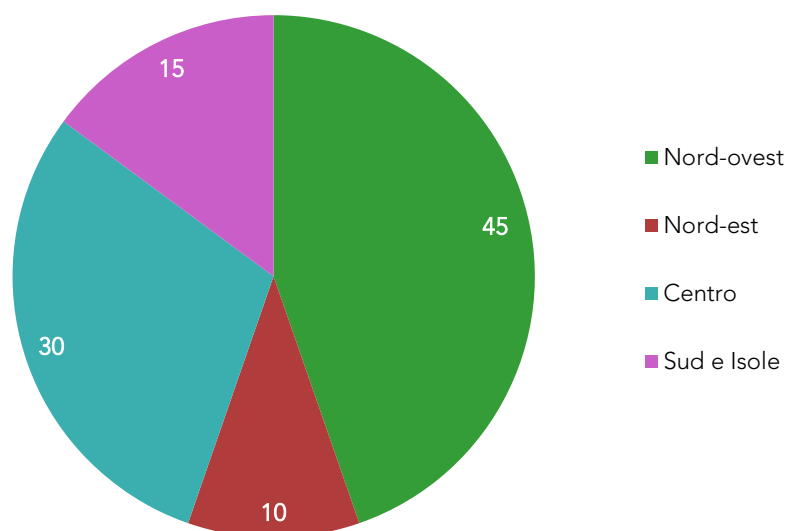
Il numero dei Patti di collaborazione complessi risulta essere elevato (30%) anche nelle regioni del Centro Italia, nelle quali si segnala la presenza di un numero moderatamente elevato di Patti complessi volti al riuso e alla gestione di immobili dismessi per la realizzazione di centri culturali polivalenti che possano fungere da luogo di aggregazione e di incontro per varie fasce della popolazione (anziani, bambini, famiglie, giovani). Un caso rilevante in questa area geografica è quello del Comune di Latina che, grazie ad un percorso di formazione e accompagnamento all'amministrazione condivisa a cura dell'Istituto Avanzi di Milano, nel 2021 ha stipulato cinque Patti di collaborazione con associazioni del territorio con l'obiettivo non solo di rigenerare immobili dismessi in varie zone della città, ma anche di costituire cinque Case di Quartiere¹⁶.

TABELLA 19. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI PATTI COMPLESSI PER MACRO-AREE GEOGRAFICHE

Macro-regione	N.	%
Nord-Ovest	21	45,0
Nord-Est	5	10,0
Centro	14	30,0
Sud e Isole	7	15,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 16. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI PATTI COMPLESSI PER MACRO-AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

¹⁶ Come anticipato in questa sede e nel capitolo dedicato ai Community Hub, queste Case del quartiere sono state inserite in questo capitolo proprio per il ruolo preponderante dello strumento (Patto) rispetto all'azione realizzata (Community Hub).

Per le stesse motivazioni, se si scompone il dato a livello regionale è possibile notare come le regioni con il numero più alto di Patti di collaborazione sono Lombardia (14), Toscana (8), Piemonte (6) e Lazio (6) (tabella 20 e figura 17)¹⁷.

TABELLA 20. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEI PATTI COMPLESSI

Regione	N.	%
Calabria	1	2,0
Campania	2	4,0
Emilia-Romagna	4	9,0
Lazio	6	13,0
Liguria	1	2,0
Lombardia	14	30,0
Piemonte	6	13,0
Puglia	2	4,0
Sicilia	2	4,0
Toscana	8	17,0
Veneto	1	2,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 17. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEI PATTI COMPLESSI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

¹⁷ In Toscana, da sempre tra le regioni con il numero più alto di Patti di collaborazione in generale, è stata approvata nel 2020 la L.R. 71 sul "Governato collaborativo dei beni comuni e del territorio" (facendo seguito a quanto realizzato dalla Regione Lazio con la L.R. 10/2019), evidenziando la particolare attenzione di questa Regione nel dotarsi di strumenti e politiche pubbliche orientate a promuovere la partecipazione attiva della popolazione locale (si veda in questo senso anche la Legge sulla partecipazione, 2007 e 2013, e i bandi dedicati alle cooperative di comunità, 2018, 2019, 2022).

Nonostante l'esiguo numero di Patti complessi nel Sud Italia e nelle Isole, è rilevante segnalare alcune regioni che presentano Patti di collaborazione con delle peculiarità. In Campania, ad esempio, nel 2016 è stato stipulato il primo Patto di collaborazione in Italia che avvia attività economiche in collaborazione con una cooperativa sociale di tipo B e che reinveste gli utili generati da tali attività in ulteriori azioni nell'interesse della comunità: è il caso del Comitato per Villa Giaquinto a Caserta¹⁸. In Puglia, il Comune di Brindisi nel 2019 ha avviato una sperimentazione per la gestione condivisa di alcuni parchi della città emettendo un avviso pubblico per manifestazione di interesse da parte di cittadini, singoli o associati, per la gestione condivisa con la pubblica amministrazione di aree verdi che necessitavano di migliorie e di una cura continuativa nell'interesse dell'intero quartiere¹⁹. Inoltre, sempre in questo comune, grazie ad un avviso pubblico, e quindi ad una sorta di invito all'attivazione e alla collaborazione dei cittadini da parte dell'amministrazione, è stata avviata la prima sperimentazione di stipula di un Patto di collaborazione tra l'amministrazione locale e un'impresa di comunità: è il caso di Legami di Comunità²⁰.

I due esempi richiamati sono utili per mettere in evidenza come in alcuni territori del Sud Italia vi siano progetti di amministrazione condivisa avviati sia per volere della popolazione locale sia ad opera del decisore politico che meritano un monitoraggio attento e continuativo grazie all'elevato potenziale in termini di benefici per la comunità che le attività ad essi legate stanno generando e per l'innovatività delle proposte che uniscono modelli differenti di gestione dei beni comuni, come i Patti di collaborazione e le imprese di comunità.

Soggetti proponenti

Per quanto riguarda i Patti di collaborazione complessi, essendo degli accordi tra soggetti diversi, non si può parlare di forme giuridiche, ma per cercare di capire quali sono le organizzazioni che si fanno principalmente carico di sottoscrivere tali Patti, si analizzano i "soggetti proponenti". In generale, tra i soggetti proponenti la realizzazione di un Patto complesso prevalgono le associazioni (tabella 21 e figura 18). Tra queste è possibile rilevare la presenza di realtà che si occupano di attività culturali e ricreative a livello generale, ma anche associazioni che portano avanti l'interesse di determinate fasce della popolazione: anziani, migranti, disabili. In questi casi, la presenza di tali soggetti all'interno del gruppo dei proponenti dei Patti è da considerarsi di grande rilevanza per l'integrazione di persone in condizione di fragilità all'interno dei luoghi di vita quotidiana.

TABELLA 21. I SOGGETTI PROPONENTI DEI PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI

Soggetti proponenti	N.	%
Associazioni	32	68,0
Associazioni + cooperative sociali	8	17,0
Associazioni + gruppi informali	1	2,0
Cooperative di comunità	1	2,0
Gruppi informali	5	11,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

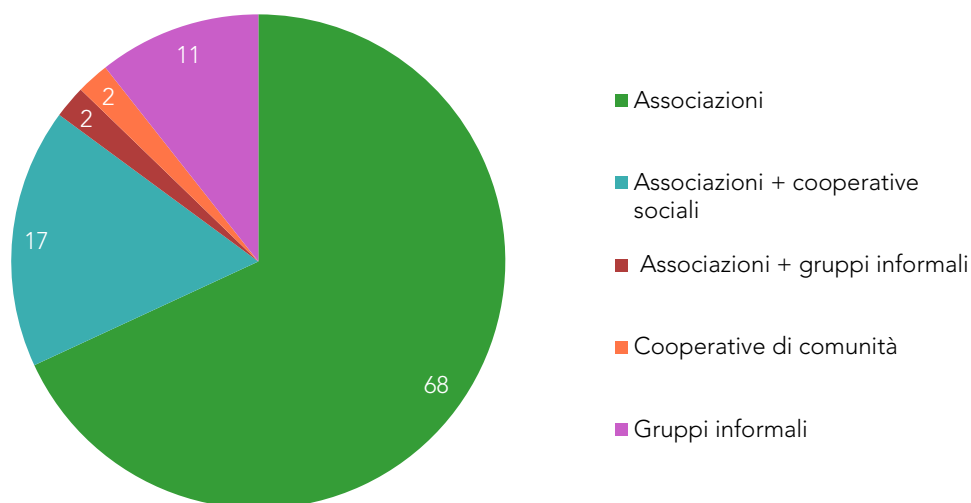
¹⁸ Per approfondimenti in merito si veda: www.villagiaquinto.org.

¹⁹ Per approfondimenti in merito si veda: www.palazzoguerrieri.org/parchibenecomune/.

²⁰ Per approfondimenti in merito si veda: www.legamidicomunita-br-it.

Tra i dati riportati nella tabella 21 e nella figura 18, di particolare interesse è la presenza di cooperative tra i soggetti proponenti in partnership con associazioni. Le cooperative sociali (presenti come proponenti in otto Patti complessi) e quelle di comunità (presenti in un caso) rappresentano il soggetto grazie al quale è possibile realizzare attività che si occupano anche di inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati all'interno del Patto, nonché della realizzazione di attività economiche. La presenza di questi soggetti all'interno dei Patti di collaborazione complessi può rappresentare un momento non solo di incontro e dialogo paritario tra i cittadini attivi e le istituzioni pubbliche locali, come avviene già in tutti i tipi di Patti, ma può dare luogo a micro-economie funzionali allo sviluppo di progetti in grado di rispondere in maniera innovativa alla carenza di occupazione assicurando una sostenibilità di lungo periodo alle attività dei Patti e offrendo un nuovo sguardo sul futuro di questi strumenti attraverso la realizzazione di attività economiche (Burini e Sforzi, 2019).

FIGURA 18. I SOGGETTI PROPONENTI DEI PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI. VALORI PERCENTUALI



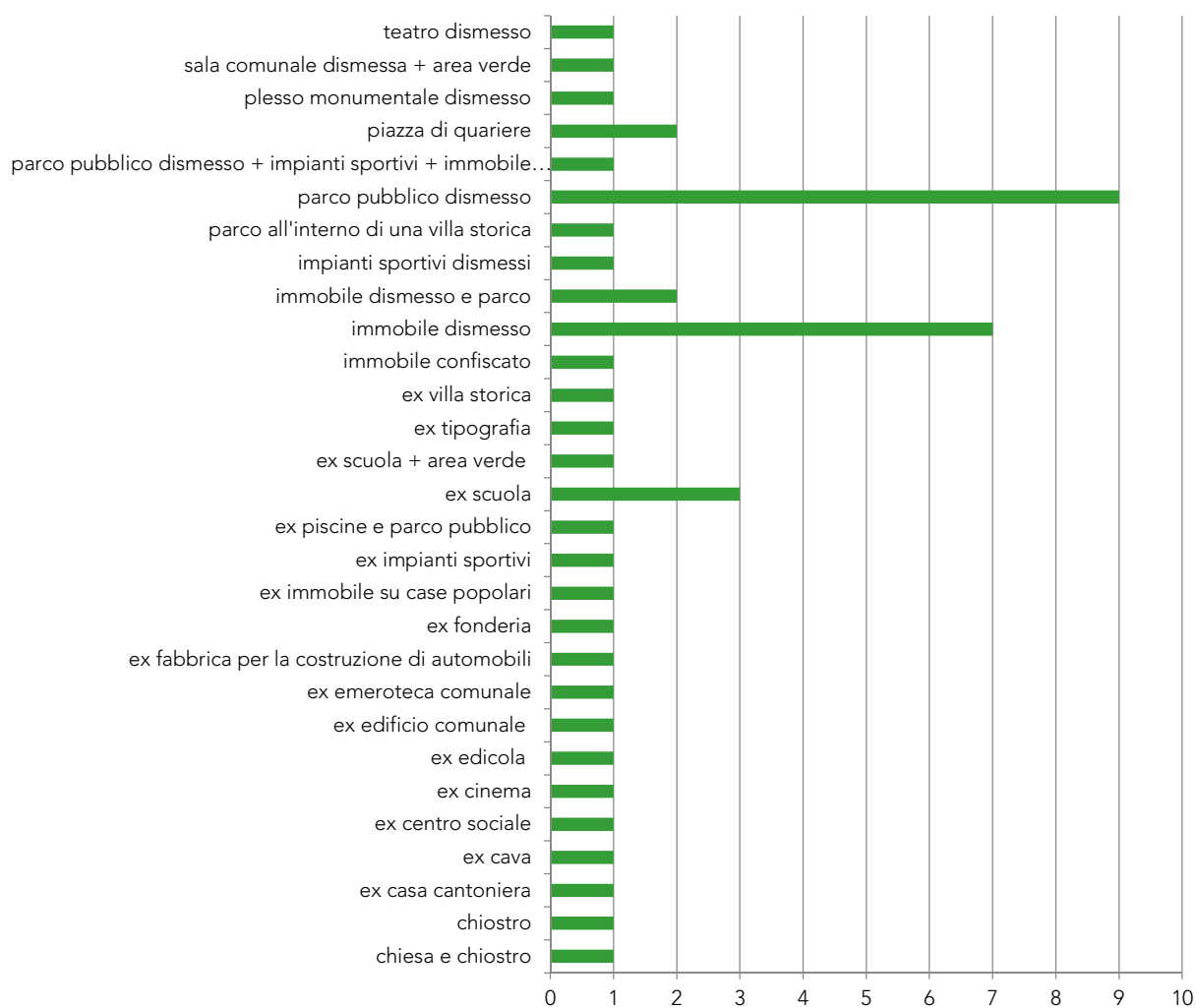
Fonte: elaborazioni Euricse (2022).

Principali tipologie di beni e settori di attività

Per definizione, i Patti complessi riguardano "cose edificate" attorno alle quali gravano interessi di vario genere (paesaggistico, storico-artistico, ecc.) e la cui gestione richiede procedure più complesse rispetto alla gestione di un'aiuola. In linea con i dati del Rapporto Labsus del 2019, i Patti complessi si confermano uno strumento particolarmente diffuso nel riuso condiviso di immobili dismessi in ottica collaborativa. La figura 19 mostra la varietà di immobili coinvolti nei patti di collaborazione. Con il prefisso "ex" abbiamo indicato beni che, a partire dalla loro funzione originaria, sono diventati altro attraverso il Patto di collaborazione in ottica di riuso creativo o *adaptive-reuse* (Wong, 2017; Galdini e De Nardis, 2019). In tutti gli altri casi, il Patto di collaborazione rappresenta il primo passo per la rigenerazione di immobili che non perdono la loro funzione originaria, ma che a partire da essa vengono gestiti da cittadini e amministrazione locale, cooperando. L'etichetta generica "immobile dismesso" viene utilizzata nei casi in cui dal testo del Patto non risulta chiara la tipologia di bene in oggetto. Nella maggior

parte dei casi è stato possibile verificare l'uso originario dei beni coinvolti nei Patti di collaborazione attraverso sia l'analisi di materiale secondario che la conoscenza diretta delle varie esperienze. In altri, nonostante gli approfondimenti realizzati, il testo del Patto risultava troppo generico per dedurre la natura del bene.

FIGURA 19. TIPOLOGIA DI BENI GESTITI ATTRAVERSO I PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI



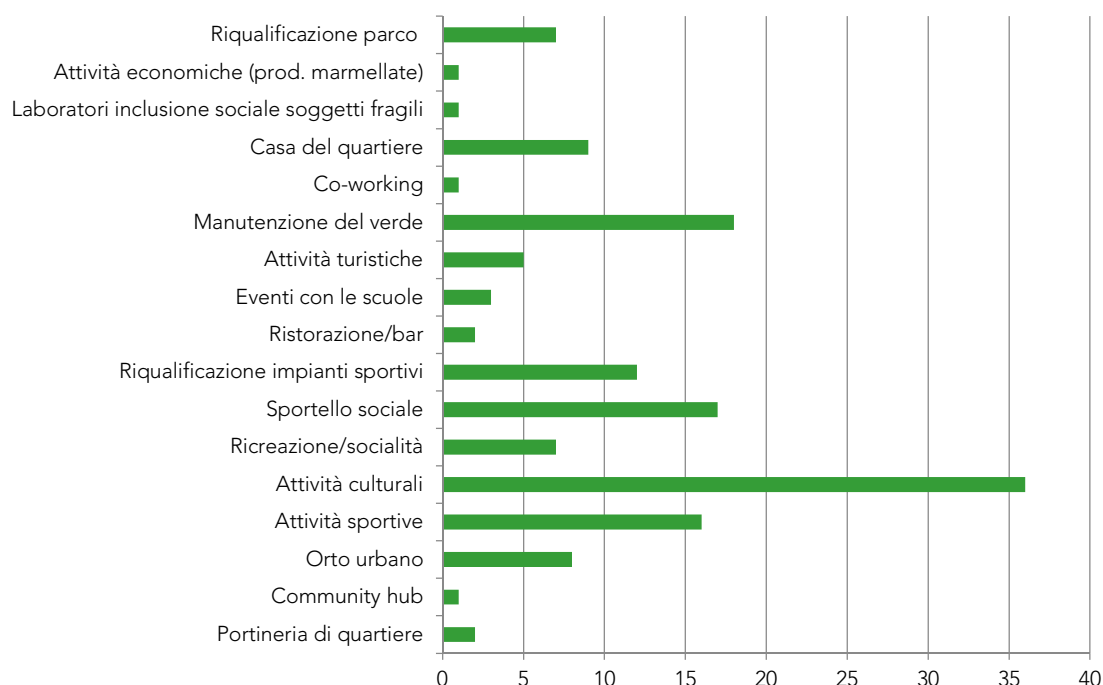
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Per ciò che concerne le attività (figura 20), nei Patti di collaborazione ricorrono più frequentemente quelle culturali, di manutenzione del verde e gli sportelli sociali. Le ragioni hanno spesso a che vedere con i contesti nei quali i Patti vengono stipulati. Gli immobili dismessi o riqualificati che sono spesso al centro di questi accordi si trovano in quartieri periferici di città di medie-grandi dimensioni. La necessità di disporre di spazi ove poter realizzare attività aggregative a carattere culturale è un'esigenza che spinge molte associazioni a collaborare per interloquire con il Comune e rispondere a questo bisogno della popolazione di tutte le età. La manutenzione del verde è tra le prime attività che vengono realizzate dai cittadini attivi che stipulano questo genere di Patti ed è legata allo stato di degrado, incuria e abbandono nel quale versano i beni interessati. L'attività di sportello sociale, infine, è strettamente connessa alla tipologia di beni per i quali si stipulano i Patti complessi. Una volta rigenerati o destinati ad un nuovo uso, gli immobili si prestano ad essere utilizzati come punto informazioni di natura sociale,

una sorta di luogo di riferimento in vista dell'adempimento di pratiche burocratiche che necessitano la presenza in Comune e che hanno lo scopo di supportare i cittadini.

Per ciò che riguarda le attività che generano entrate economiche e che, quindi, possono attivare le micro-economie di cui sopra, vediamo come, seppur contenute rispetto alle attività menzionate in precedenza, le Case del quartiere, le attività legate allo sport e quelle di riqualificazione degli impianti sportivi hanno numeri importanti e lo stesso vale per le attività turistiche. Ad oggi, secondo il presente Rapporto, esiste un solo Patto di collaborazione che realizza attività economiche e lo fa collaborando con una cooperativa sociale che si occupa di inserimento lavorativo: è il caso già richiamato all'inizio del Patto per Villa Giaquinto a Caserta, un parco pubblico nel quale si producono marmellate di arance.

FIGURA 20. TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ REALIZZATE ATTRAVERSO I PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Durata dei patti di collaborazione complessi

Un altro elemento particolarmente rilevante quando si tratta il tema dei Patti di collaborazione, e ancora di più quelli complessi, è la loro durata. Infatti, nel momento in cui viene stipulato il Patto viene anche fissata la durata della collaborazione tra la pubblica amministrazione e gli altri soggetti firmatari. In genere, la durata dei Patti di collaborazione va da meno di un anno a più di tre anni. Per quanto riguarda quelli complessi, la durata non supera normalmente i nove anni, anche se teoricamente "periodi più lunghi possono eccezionalmente essere pattuiti in considerazione del particolare impegno richiesto per opere di recupero edilizio del bene immobile" (Labsus, 2022, p. 12).

Alla luce di quanto evidenziato dalle analisi precedenti e considerate le tipologie di beni coinvolte all'interno dei Patti complessi, non stupiscono i risultati delle analisi sulla durata di questi accordi e sullo stato attuale delle loro attività. Come è possibile notare dalla tabella 22, nella maggioranza dei casi i Patti di collaborazione complessi vengono stipulati per tre anni. In

tutti i Patti esaminati con questa durata è presente la dicitura “con possibilità di rinnovo”. Tale possibilità non avviene in genere in maniera tacita, ma a seguito di una valutazione delle attività e della stipula di un nuovo patto, talvolta aggiornato nei suoi obiettivi.

Nei casi di Patti che presentano una durata superiore ai tre anni, si vedano in particolare quelli che sin dalla sottoscrizione hanno una durata che va dai cinque ai nove anni, la ragione è spesso da ricondurre alle condizioni fisiche dell’immobile interessato dal Patto. Quando sono necessarie importanti opere di ristrutturazione, infatti, la scelta più comune è quella di optare per una durata maggiore del Patto nonostante sia comunque prevista la possibilità di rinnovo. Questo aspetto presenta vantaggi, ma anche punti di criticità legati al rischio di delega delle attività e alla mancanza di aggiornamenti sullo stato di avanzamento dei lavori nel caso in cui il Patto stesso non preveda un accurato monitoraggio *ex ante*, *in itinere* ed *ex post*. Su questo aspetto torneremo nelle conclusioni.

TABELLA 22. DURATA DEI PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI.

Durata patto	N.	%
1 anno	8	17,0
2 anni	7	15,0
3 anni	16	34,0
4 anni	4	9,0
5 anni	9	19,0
6 anni	2	4,0
9 anni	1	2,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

La tabella 23, invece, riporta lo stato di avanzamento delle attività. Come prevedibile alla luce delle elaborazioni dei paragrafi precedenti, la maggior parte dei Patti complessi ad oggi risulta essere in corso, con attività che si stanno avviando e altre che si stanno consolidando dopo i rallentamenti dovuti alle prime fasi della pandemia. Un dato significativo in questa tabella è quello che riguarda i Patti che non sono stati rinnovati, ma che hanno riguardato beni nei quali le attività sono tutt’ora presenti. Questo elemento conduce a sottolineare nuovamente il ruolo dei Patti di collaborazione quali strumenti attivatori di azioni che hanno un’importanza rilevante per i beni che coinvolgono in quanto facilitatori di relazioni tra cittadini e istituzioni pubbliche locali che, una volta conclusi, possono dare vita a collaborazioni continuative al di là della presenza o meno del Patto. Secondo la presente ricerca, questo dato è da considerarsi estremamente positivo in termini di beneficio alla comunità.

TABELLA 23. STATO DEI PATTI DI COLLABORAZIONE COMPLESSI.

Stato del patto	N.	%
In corso	29	62,0
In corso - rinnovato almeno una volta	6	13,0
Concluso - prosegue attività	11	23,0
Concluso - attività in corso N/A	1	2,0
Totale	47	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In sintesi, questa prima fotografia sui Patti di collaborazione complessi consente di operare alcune considerazioni su questi strumenti.

Da un punto di vista generale, i Patti esaminati si stanno dimostrando un mezzo di interlocuzione con la pubblica amministrazione che unisce due temi importanti nel governo del territorio: la collaborazione tra istituzioni pubbliche locali e i cittadini e quello dell'uso, o riuso, di immobili dismessi, che sappiamo essere presenti in grandi quantità in gran parte d'Italia, sia in ambito urbano che rurale. L'uso del Patto di collaborazione complesso consente l'avvio di progetti nei quali la co-produzione di interventi su beni particolari favorisce un dialogo continuativo tra i soggetti firmatari e incoraggia l'avvio di percorsi di co-programmazione e co-progettazione di medio e lungo periodo. Le tipologie di beni coinvolti, infatti, hanno peculiarità e complessità rilevanti e questo può spiegare la minore numerosità di questi Patti, così come anche i tempi di realizzazione delle attività più lunghi per questo tipo di Patti rispetto a quelli ordinari. Come ricordato più volte, qui l'obiettivo è più quello di mostrare lo stato dell'arte del tema piuttosto che fare valutazioni in merito agli esiti delle attività. La maggior parte dei Patti analizzati sono stati stipulati negli ultimi due anni (2020-2021), con un picco nel 2021, ed è, quindi, necessario altro tempo prima di poter fornire analisi più approfondite sull'andamento nel tempo delle azioni che essi svolgono.

In generale, quando vi sono programmi che incoraggiano non solo la stipula dei Patti, ma anche un percorso preliminare di formazione e di conoscenza reciproca tra i soggetti del territorio (si veda, ad esempio, i casi di Co-City a Torino²¹ o LaCittàIntorno e Luoghicomuni a Milano²²), la risposta in termini di attivazione della popolazione risulta elevata. Inoltre, la presenza di incentivi economici per chi intende attivarsi spesso, rappresenta quell'ulteriore incoraggiamento che spinge, ad esempio, un'associazione ad implementare azioni che non avrebbe potuto mettere in pratica senza quel supporto²³.

²¹ Il bando Co-City è un intervento europeo, avviatosi nel marzo 2017 e conclusosi nel 2019, che aveva come obiettivo il finanziamento di azioni di riqualificazione di immobili e/o spazi dismessi nella città attraverso la collaborazione tra cittadini, singoli e/o associati, e la pubblica amministrazione per favorire l'uso dello strumento "Patto di collaborazione". Grazie a questo intervento, sono stati stipulati circa 60 Patti di collaborazione diffusi nelle otto circoscrizioni che mirano ad intervenire in aree periferiche o in edifici dismessi per realizzare attività che vanno dalla cura di uno spazio pubblico alla creazione di Community Hub per rigenerare ex strutture pubbliche. Dei Patti stipulati, tre si riferiscono a Patti complessi su edifici dismessi. La mappatura di Euricse ne individua un quarto che, pur non rigenerando direttamente un edificio inutilizzato, realizza attività di animazione nella comunità attraverso lo sport che per le ricadute che hanno sul territorio possono rientrare nelle caratteristiche più volte richiamate delle Comunità Intraprendenti. Per un approfondimento si veda: <http://www.comune.torino.it/benicomuni/co-city/progetto/index.html>.

²² La CittàIntorno è una politica che incoraggia l'impegno dei cittadini nella rigenerazione di spazi inutilizzati implementato sulla città di Milano dal 2017 ad opera della Fondazione Cariplo, con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone che vivono in città, incoraggiandone la partecipazione a progetti che intervengono non solo sul cambiamento fisico-strutturale di alcuni spazi, ma che favoriscono la creazione di relazioni positive tra cittadini e tra di essi e l'amministrazione pubblica locale. Le prime azioni di questo programma hanno come luoghi di riferimento quartieri specifici, quali Via Padova, Corvetto, Adriano e Chiaravalle (Labsus, 2021). "Luoghicomuni" è un programma che dal 2018 promuove e accompagna i cittadini, singoli e/o associati, nella sottoscrizione del Regolamento per i beni comuni (che il Comune di Milano ha adottato nel 2019 – Labsus, 2021). L'obiettivo è quello di mettere a disposizione esperti in ambito di amministrazione condivisa per far conoscere lo strumento "Patto di collaborazione" in ottica partecipativa e prediligendo percorsi di co-progettazione nelle fasi che precedono l'adozione dei Patti. Per un approfondimento dettagliato sullo stato dei lavori di questo programma si rimanda a: Labsus – <https://www.labsus.org/progetti/luoghicomuni-2/>.

²³ La Città di Torino, grazie a Co-City, ha ottenuto un finanziamento complessivo di circa 4 milioni di Euro (provenienti dal bando europeo UIA – *Urban Innovative Actions* – fondi per lo sviluppo urbano sostenibile) che ha impiegato per stimolare e finanziare le proposte di Patti di collaborazione che intervenissero in tutti quei beni presenti in città che si trovavano in una condizione di abbandono o degrado. Il bando Co-City, concedendo i fondi adeguati a supportare l'autonoma iniziativa dei cittadini, ha quindi favorito sia l'implementazione di una serie di interventi che erano già in

Un altro elemento rilevante sul quale riflettere è la formazione. La presenza di un percorso sperimentale che unisce la rigenerazione urbana con la formazione in tema di amministrazione condivisa, realizzata attraverso organizzazioni specializzate in questo ambito, favorisce non solo una più attenta lettura dei bisogni di contesto, ma consente di far conoscere *ex ante* il Regolamento per l'amministrazione condivisa e il Patto nelle loro potenzialità²⁴.

Il tema della formazione in questo ambito, così come avviene, ad esempio, per le imprese di comunità (Euricse, 2020), rappresenta uno degli elementi in grado di determinare il successo sul lungo periodo dei progetti nati con un Patto di collaborazione complesso. Nel realizzare la mappatura e durante gli incontri con chi si occupa di Patti di collaborazione quotidianamente (sia dal lato dell'amministrazione sia da quello dei cittadini attivi) è apparso evidente come la formazione sull'uso di questi strumenti sia da ritenersi il primo vero obiettivo nel momento in cui si programmano azioni, pubbliche o private, che intendono far dialogare questi soggetti. A questo è legata la necessità da parte della pubblica amministrazione di dotarsi di uffici ad hoc che raccolgano le istanze dei cittadini interessati alla messa in atto di azioni rilevanti per l'interesse generale della comunità.

Infine, per quanto riguarda le attività economiche, si osserva che, soprattutto se tra i firmatari vi sono cooperative sociali o di comunità, i Patti complessi possono rappresentare l'evoluzione in senso imprenditoriale del modello dell'amministrazione condivisa. Nonostante il testo base del Regolamento di Bologna non preveda esplicitamente la possibilità di svolgere attività economiche, alla luce dei dati raccolti, si ritiene che, visti i beni coinvolti e le attività che realizzano, i Patti di collaborazione e il modello cooperativo rappresentano un connubio rilevante per realizzare interventi di sviluppo locale innovativi utili ad incentivare la partecipazione e a creare beneficio per la comunità nel lungo periodo.

Questi elementi fanno dei Patti di collaborazione complessi delle Comunità Intraprendenti nelle quali la relazione tra pubblica amministrazione e cittadini riveste un ruolo fondamentale e attraverso le quali si auspica che l'amministrazione condivisa possa consolidarsi in maniera sempre maggiore quale modalità privilegiata nel disegno e nell'implementazione di politiche pubbliche.


2.4 Le Portinerie di quartiere

Informazioni generali

Tra le tipologie di Comunità Intraprendente mappata in questo lavoro rientrano anche le Portinerie di quartiere, dette anche Portinerie di comunità o Portierati di comunità. Un fenomeno che, pur essendo al momento ancora poco sviluppato in termini numerici, si sta progressivamente diffondendo negli ultimi anni anche in Italia, anche se, come si vedrà, in modo non omogeneo sul territorio nazionale. Si tratta di luoghi fisici, dotati di un'infrastruttura organizzativa e logistica leggera, dove si realizzano incontri, attività e scambi di disponibilità e competenze tra cittadini e organizzazioni della società civile che risiedono all'interno di un medesimo quartiere. Più nello specifico, le portinerie di quartiere sono spazi dove si favorisce lo scambio di piccoli favori, aiuti e servizi tra chi abita o lavora in un dato quartiere allo scopo di rispondere ai loro bisogni

essere nelle intenzioni delle associazioni e dei comitati cittadini che hanno in seguito fatto richiesta di collaborazione sia un dialogo tra questi e la pubblica amministrazione locale per attività a vantaggio dell'intera comunità.

²⁴ In merito a questo aspetto si veda sempre l'esperienza milanese de LaCittàIntorno e Luoghicomuni.



quotidiani, facilitare la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, mettendo in comune prestazioni, competenze e informazioni. La portineria di quartiere, inoltre, si pone come luogo centrale per la costruzione di quelle reti di relazioni necessarie a connettere i cittadini (siano essi o meno in stato di bisogno) con i servizi presenti sul territorio e con la comunità nel suo complesso. Ad essere cruciale in questa azione è la promozione dei valori della prossimità, della continuità e dell'accompagnamento, intesi come necessari per intraprendere un percorso di miglioramento della qualità della vita del singolo e, conseguentemente, del territorio di riferimento. Alla luce di ciò, appare evidente come una portineria di quartiere possa svolgere un'azione non solo sociale e culturale, ma anche economica e politica di notevole rilevanza, fortemente orientata, da un lato, alla diminuzione delle differenze e delle diseguaglianze sociali e, dall'altro, alla determinazione di nuovi modelli di welfare generativo e di comunità.

In riferimento al tema del welfare di comunità (Ferrera e Maino, 2011), le potenzialità del modello delle portinerie di quartiere sono emerse con forza durante il periodo pandemico. Il lockdown e gli effetti sociali ed economici del Covid-19, infatti, hanno fatto riemergere con forza il valore strategico della collaborazione e del coinvolgimento attivo dei cittadini, mostrando come il benessere collettivo non debba intendersi come il risultato di una sommatoria di prestazioni, quanto piuttosto come frutto di una pluralità di comportamenti coerenti e responsabili. In questo senso, la partecipazione diventa lo strumento indispensabile e necessario per la realizzazione di politiche ed esperienze efficaci. In altre parole,

“Come anche la pandemia ha messo drammaticamente in luce, le modalità tradizionali di risposta ai bisogni non sono più adeguate alle trasformazioni e alle risorse in atto: è fondamentale ragionare in una logica trasformativa con un approccio innovativo, non solo nelle modalità di risposta ma anche nel ricomporre le risorse e ripensare le governance territoriali²⁵”.

In questo senso svolge un ruolo cruciale proprio la comunità, che nel modello della Portineria di quartiere genera – tramite l'adesione ad un patto sociale condiviso e basato su legami fiduciari – un vero e proprio sistema di welfare di comunità. Le parole chiave sono: condivisione, prossimità, fiducia. Come spiega Elena Taverna su Labsus (2018), parlando proprio delle Portinerie di quartiere e della necessità di promuovere questo modello, questi sono

“I concetti su cui si basa questo nuovo modo di risolvere i problemi, individuali e allo stesso tempo collettivi, perché tutti, pur con diverse intensità e sfumature, ci troviamo a fronteggiarli. E tutti potremmo trarre un indubbio vantaggio se vivessimo in un quartiere in cui gli abitanti sono più sereni, si fidano di più gli uni degli altri, hanno più voglia di stare insieme anche solo per una chiacchierata: perché si conoscono, perché condividono necessità e risorse, perché sono una comunità, non solo individui”.

Risulta poi fondamentale segnalare anche il potenziale ruolo strategico delle Portinerie di quartiere nella creazione di nuova occupazione. Ampliando la possibilità di incontri tra i cittadini e puntando l'accento sulla determinazione di legami stretti e fiduciari, è infatti possibile contribuire a dar vita ad un meccanismo generativo di nuove opportunità, anche lavorative, per gli abitanti del quartiere.

“La portineria, nelle sue varie forme, si configura magnete urbano capace di creare sinergie tra individui in cerca di occupazione, persone che necessitano di aiuto e/o persone che semplicemente desiderano ritrovare la dimensione umana del quartiere in cui vivono” (Gambarana, 2018).

²⁵ <https://welfareinazione.fondazionecriplo.it/>.

Dunque, stando a quanto detto finora, parlando di Portinerie di quartiere si intende fare riferimento ad un

“Modello sperimentale di condivisione di servizi di prossimità, avente come obiettivo la costruzione dal basso di un sistema di mutuo-aiuto e micro welfare, attraverso la sperimentazione e messa in pratica di modalità di intervento che non solo prevedono la partecipazione attiva della comunità, ma che soprattutto valorizzano le competenze e le capacità dei cittadini” (Gambarana, 2018).

Le Portinerie di quartiere in Italia

La mappatura delle Portinerie di quartiere si concentra su 17 esperienze di Portinerie di quartiere intercettate. Il campione, le cui principali caratteristiche saranno approfondite di seguito, è al momento distribuito in modo poco proporzionale sul territorio nazionale, con una maggiore presenza di realtà al Nord Italia rispetto che al Centro e al Sud.

TABELLA 24. LE PORTINERIE DI QUARTIERE

Portinerie di quartiere	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Portinerie di quartiere	17	3,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In generale, essendo un fenomeno nuovo, le Portinerie di quartiere rappresentano solo il 3% delle Comunità Intraprendenti individuate dall'indagine (tabella 24).

Anche in questo caso, come per altre tipologie di Comunità Intraprendenti mappate, la prima Portineria di quartiere, *Lulu dans ma rue*, nasce all'estero e precisamente a Parigi, nel quartiere Marais, nel 2015 (Russo, 2020). In questo caso si tratta di un'edicola²⁶ dove si è realizzato, e continua a realizzarsi, l'incontro tra i cittadini del quartiere. I servizi che essa mette a disposizione tramite le competenze e le capacità degli abitanti del luogo sono molteplici: piccole riparazioni, pulizie, dopo-scuola per i bambini. All'edicola si può trovare anche qualcuno che porti a spasso il cane o che innaffi le piante del vicino, o semplicemente qualcuno che tenga compagnia ad un anziano o ad un bambino. Questi servizi sono svolti dagli abitanti del quartiere, che mettono a disposizione della collettività il proprio tempo e le proprie capacità a tariffe moderate, essendo peraltro anche detraibile il 50% dal costo dalle tasse. Subito dopo il primo anno di attività, il modello si è via via diffuso e numerose altre esperienze sono nate a Parigi e in altre città francesi.

Nel nostro Paese la prima Portineria di quartiere (Portineria 14) viene inaugurata un anno dopo, nel 2016, a Milano e da allora, come mostrano la tabella 25 e la figura 21, l'andamento nella costituzione di nuove esperienze è stato contenuto, ma costante. Ad oggi, numerose sono le realtà che stanno intraprendendo percorsi volti a strutturare servizi orientati al modello del portierato di comunità e ciò lascia sicuramente ipotizzare un ampliamento del fenomeno nei prossimi anni.

Il modello delle Portinerie di quartiere si basa su due semplici elementi: la condivisione e la necessità di (ri)costruire legami fiduciosi e rinnovate forme di socialità.

²⁶ In Italia, l'unica Portineria di quartiere aperta in un'ex-edicola è "Lo Spaccio di Cultura – Portineria di comunità" a Torino, un progetto ideato dalla Rete Italiana di Cultura Popolare.

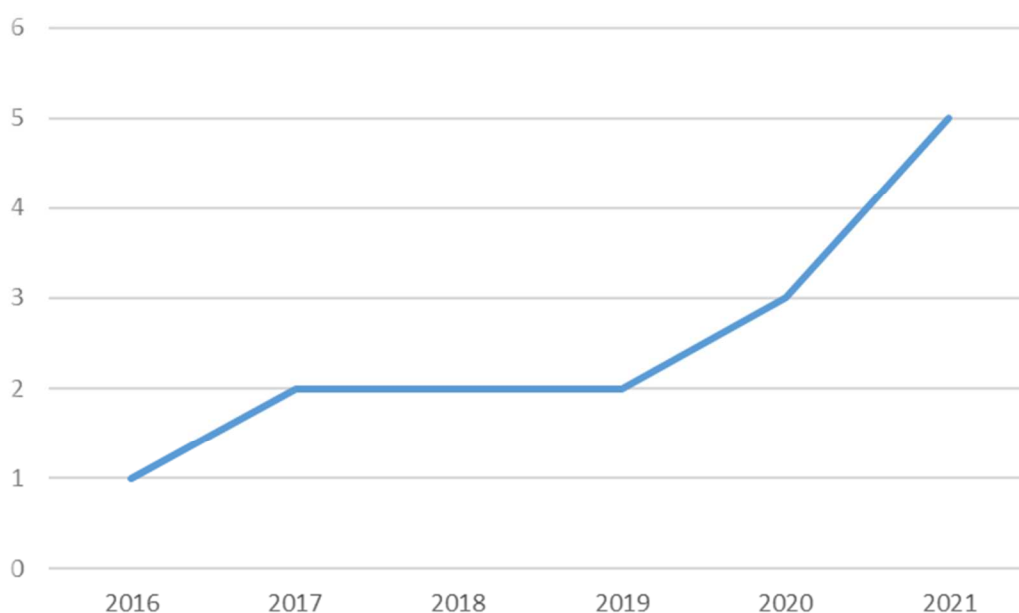
Si capisce così perché l'utilità collettiva dell'idea di Lulu sia percepita come tale anche in Italia: la condivisione del servizio, esteso da un solo condominio ad un intero quartiere, può essere la chiave di volta che metta insieme risparmio economico e utilità sociale. (Taverna, 2018).

TABELLA 25. ANNO DI COSTITUZIONE PORTINERIE DI QUARTIERE

Anno	N.	%
2016	1	5,9
2017	2	11,8
2018	2	11,8
2019	2	11,8
2020	3	17,7
2021	5	29,4
2022	2	11,8
Totale	17	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 21. ANDAMENTO COSTITUZIONE PORTINERIE DI QUARTIERE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Forma giuridica

Le 17 Portinerie di quartiere si distinguono notevolmente tra loro in ragione soprattutto della forma giuridica che adottano per portare avanti la propria missione e le proprie attività. Nello specifico, come numerose altre categorie di Comunità Intraprendenti considerate dalla presente analisi, anche le Portinerie di quartiere, non essendo forme giuridiche a sè stanti, vengono gestite da soggetti diversi. Posto che l'indagine non ha rilevato la forma giuridica del soggetto gestore di tre Portinerie e che due sono dei progetti gestiti formalmente da un altro ente, si noti come la maggior parte sia gestita da APS (8) – in alcuni casi da una sola, in altri da un raggruppamento di APS – mentre le restanti quattro rispettivamente da un'impresa sociale, da un consorzio di

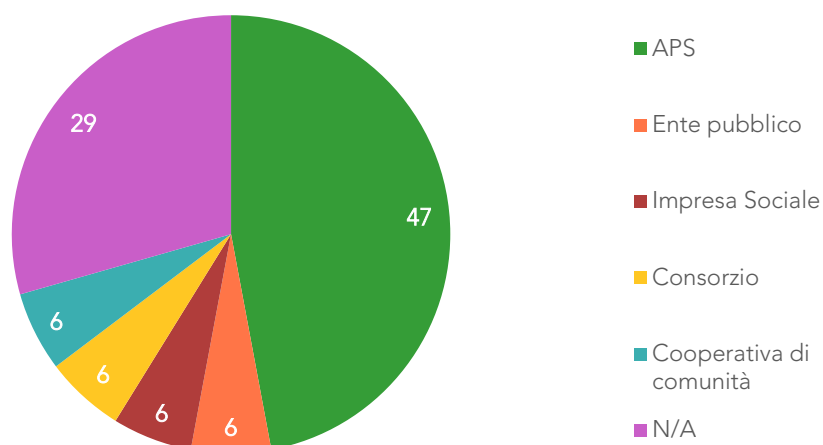
cooperative sociali, da una cooperativa di comunità e da un ente pubblico, nello specifico un Comune (tabella 26 e figura 22).

TABELLA 26. FORMA GIURIDICA PORTINERIE DI QUARTIERE

Portinerie di quartiere	N.	%
APS	8	47,0
Ente pubblico	1	6,0
Impresa sociale	1	6,0
Consorzio	1	6,0
Cooperativa di comunità	1	6,0
N/A	5	29,0
Totale	17	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 22. FORMA GIURIDICA PORTINERIE DI QUARTIERE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Distribuzione geografica

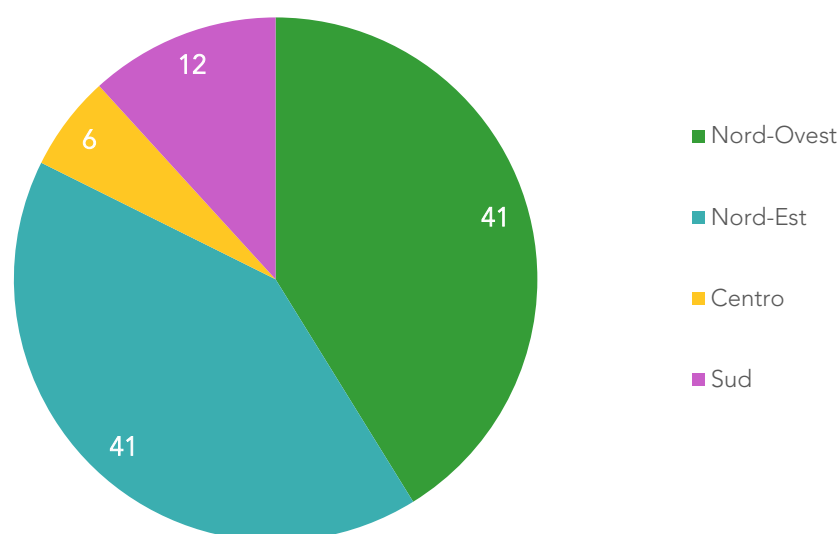
Alla luce delle informazioni raccolte nella mappatura, le Portinerie di quartiere risultano essere un fenomeno ampiamente più sviluppato nel Nord del Paese, a discapito del Centro e del Sud (tabella 27 e figura 23). La differenza è netta: contro le 14 portinerie situate al Nord se ne individuano due al Sud, specificatamente in provincia di Bari, e una al Centro (Roma).

TABELLA 27. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE PORTINERIE DI QUARTIERE PER AREE GEOGRAFICHE

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	7	41,0
Nord-Est	7	41,0
Centro	1	6,0
Sud	2	12,0
Totale	17	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 23. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE PORTINERIE DI QUARTIERE PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

La regione con il numero attualmente più alto di Portinerie di quartiere è il Piemonte (5), seguito dalla Lombardia (3), dove è nata la prima Portineria di quartiere italiana (Portineria 14, Milano) (tabella 28 e figura 24). Per quanto riguarda il Piemonte, di particolare rilievo è l'azione portata avanti dalla Rete Italiana di Cultura Popolare, che a partire dal 2020, ha avviato un progetto orientato a realizzare, attraverso una collaborazione con istituzioni pubbliche e private, una serie di "presidi leggeri" orientati a "riattivare il senso di comunità, condividere buone pratiche e attraverso la partecipazione e le narrazioni generative sperimentare un nuovo welfare di comunità" ([spacciocultura.it/rete-delle-portinerie-di-comunita/](https://www.spacciocultura.it/rete-delle-portinerie-di-comunita/)). Questo progetto ha portato alla costituzione di tre Portinerie di quartiere e ad altri progetti con finalità simili realizzati insieme ad altri attori locali²⁷.

TABELLA 28. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE PORTINERIE DI QUARTIERE

Regione	N.	%
Lazio	1	6,0
Liguria	1	6,0
Lombardia	3	18,0
Piemonte	5	29,0
Puglia	2	12,0
Trentino-Alto Adige	1	6,0
Veneto	4	23,0
Totale	17	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

²⁷ Per un approfondimento in merito si rimanda a "La Rete delle Portinerie di comunità", <https://www.spacciocultura.it/rete-delle-portinerie-di-comunita/>.

FIGURA 24. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE PORTINERIE DI QUARTIERE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Le ragioni della considerevole differenza tra il Nord e il Centro-Sud del Paese possono essere imputate ad un ritardo, da parte di alcune delle regioni centro-meridionali nell'interpretare e nel cogliere le opportunità e le potenzialità del modello della Portineria di quartiere. Come spesso accade, infatti, le esperienze di partecipazione e condivisione comunitaria più innovative, vengono recepite e prendono forma in contesti fertili, pronti a coglierne le potenzialità e dotati di tutti gli strumenti necessari per avviare azioni di sperimentazione. Dove il terreno non è ancora fertile le novità si colgono più lentamente e tendono a svilupparsi nel momento in cui altrove hanno già dato dei frutti. Come per il modello dei Community Hub, in virtù del forte carattere partecipativo che contraddistingue anche il modello delle Portinerie di quartiere, è infatti possibile ipotizzare che tali realtà abbiano una maggiore possibilità di nascere e di svilupparsi in contesti dove è già presente una buona dotazione di capitale sociale. Chiaramente, ciò non toglie che il percorso di realizzazione di una Portineria di quartiere possa favorire e stimolare la creazione e l'aumento del capitale sociale in territori che ne sono sprovvisti. Tuttavia, ciò presuppone ovviamente un'azione preparatoria lunga e complessa, che potrebbe dunque giustificare la momentanea scarsa presenza di simili esperienze nell'area centro-meridionale del nostro Paese.

Ciononostante, risulta indispensabile evidenziare come nella mappatura regionale sia possibile riscontrare la presenza di alcune "grandi assenti". L'Emilia-Romagna e la Toscana, note per la diffusione di esperienze di comunità innovative e pionieristiche, non ospitano alcuna esperienza di portierato di comunità. Se, da un certo punto di vista, tale dato è sicuramente sorprendente, è allo stesso tempo possibile spiegarlo e giustificarlo proprio alla luce dell'effervescenza comunitaria che caratterizza queste due regioni. In territori dove la solidarietà sociale, il mutuo-aiuto e la partecipazione sono costantemente stimolate tanto dagli attori privati che dagli enti locali, infatti, una Portineria di quartiere potrebbe essere svuotata del suo senso originario e, in poche parole, non servire alla comunità di riferimento, che trova in altri modelli la risposta ai propri bisogni e interessi.

Un altro elemento da evidenziare è il fatto che la maggior parte di queste realtà nasce e si sviluppa all'interno di contesti urbani e in aree metropolitane. Nello specifico, infatti, delle 14

Portinerie di quartiere rilevate dalla mappatura, ben 11 si trovano nei contesti urbani delle città capoluoghi di regione: Torino (3), Milano (1), Genova (1), Trento (1), Venezia (1), Roma (1), Bari (2). Delle restanti quattro, due sono comunque collocate all'interno di contesti urbani cittadini (Chioggia, Mestre, Monza e Verona), mentre le altre due in comuni piemontesi, rispettivamente in provincia di Novara e nella Città Metropolitana di Torino. Alcune Portinerie sono collocate in contesti marginalizzati e periferici, tanto da un punto di vista territoriale che socio-economico; altre si trovano in zone centrali e prestigiose; altre ancora occupano aree ibride, sempre più diffuse nel nostro Paese, dove si incontrano – e si scontrano – culture, tradizioni e modi di vivere differenti. In ognuno di questi casi, “la matrice comune è il legame con il territorio, l’offrire servizi che vengano incontro alla domanda e offerta dei cittadini e l’intenzione di ricostruire relazioni” (Perro, 2018).

Principali settori di attività

In termini generali, come accennato in precedenza, le Portinerie di quartiere svolgono una pluralità di attività: aiuto alle persone anziane, fornitura di contatti per lavori di manutenzione, recupero pacchi, annaffiamento piante, organizzazione di servizi a domicilio (baby-sitting, dog-sitting, lavori di manutenzione, riparazioni), ecc. O ancora, il riferimento è a servizi di “sportello”: abitativo, occupazionale, di salute, scolastico, legale, di formazione e orientamento, così come di semplice ascolto.

La principale attività svolta dalle Portinerie di quartiere può essere sintetizzata come un’azione di aggregazione e socialità. Esempi in questo senso sono rappresentati da: corsi di cucina, corsi di cucito, bar, bistrot, caffetteria, programmazione eventi culturali e musicali. La natura stessa delle Portinerie, infatti, fa sì che si pongano come luoghi di scambio, di relazione, di condivisione e partecipazione. Sono spazi di aggregazione aperti a tutti gli abitanti, finalizzati alla costruzione di reti di socialità, di solidarietà e di fiducia, per aumentare il capitale sociale e prevenire fenomeni di esclusione ed emarginazione sociale. È questa la ragione per cui l’attività di aggregazione e socialità non viene riportata dall’analisi della tabella 29. Posto dunque che ogni Portineria assolve a tale funzione, i principali settori di attività sono stati distinti in “erogazione” e “rigenerazione urbana” (tabella 29). Una tale classificazione permette, infatti, di mettere in luce le differenze tra le esperienze individuate. Le Portinerie che erogano servizi si limitano a rendere possibile quell’incontro di competenze e capacità di cui si è parlato in precedenza. Laddove, invece, si realizzano attività di rigenerazione urbana, la Portineria si integra completamente nel contesto di vita dei residenti del quartiere, determinando un aumento della partecipazione e del coinvolgimento degli stessi abitanti.

Quali che siano le attività svolte, all’interno delle Portinerie lo scambio affettivo e le conoscenze tra persone fluiscono in autonomia, esempio di come si possano superare situazioni di diffidenza, degrado e marginalità grazie al lavoro di comunità che promuove reti all’interno della comunità nel suo complesso.

TABELLA 29. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DELLE PORTINERIE DI QUARTIERE

Principale settore di attività	N.	%
Rigenerazione urbana	5	36,0
Erogazione servizi per abitanti del quartiere	12	64,0
Totale	17	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In sintesi, le Portinerie di quartiere sono Comunità Intraprendenti nella misura in cui emerge come cruciale nella loro stessa formazione e sviluppo l'elemento della partecipazione dei cittadini e del coinvolgimento degli stessi nell'individuazione dei servizi. In questo senso, è piuttosto la stessa comunità a leggere, individuare e dare una risposta alle proprie esigenze, tramite la valorizzazione delle capacità tanto dei singoli cittadini quanto delle diverse realtà coinvolte a vario titolo (es. enti pubblici, cooperative sociali, associazioni, gruppi informali, ecc.).

Ad essere di interesse prioritario per la presente ricerca sono – e saranno – le esperienze che, accanto all'erogazione dei servizi, sono capaci di intraprendere azioni di coinvolgimento della comunità, che cresce e si rafforza nei suoi legami affettivi, fiduciari e di responsabilizzazione collettiva. In questi casi, al coinvolgimento della comunità si accompagna la sperimentazione di pratiche amministrative innovative e condivise, di interscambio, che vedono la partecipazione di ETS, enti pubblici, enti privati for-profit e società civile. Le Portinerie di quartiere, infatti, "non possono sopravvivere se non si radicano nel territorio in cui nascono, e non dialogano con i suoi abitanti" (Gambarana, 2018).

2.5 Gli Empori Solidali

Informazioni generali

Nel 2020, secondo le stime rilasciate dall'Istat, il 9,4% della popolazione italiana si trovava in una condizione di povertà assoluta. Appare evidente come un simile dato debba necessariamente essere letto anche alla luce degli effetti prodotti dalla pandemia da Covid-19, in seguito alla quale un milione di persone in più rispetto al 2019 si trova a vivere in un significativo stato di privazione economica e sociale. Ciononostante, già nel 2018, il Primo Rapporto sugli Empori Solidali in Italia, firmato CSVnet e Caritas italiana, sosteneva che alla base della nascita e della diffusione degli Empori Solidali nel nostro Paese vi era sostanzialmente l'aumento del numero di individui e di famiglie in condizioni di estrema difficoltà:

"Persone passate in poco tempo da una vita confortevole alla difficoltà di pagare le bollette e fare la spesa; persone che vivevano con estremo disagio la necessità di richiedere un aiuto materiale in parrocchia o presso un'associazione di volontariato, e per le quali, dovendo provvedere anche a bisogni specifici di bambini e ragazzi, la distribuzione tradizionale non riusciva a garantire adeguato supporto" (Caritas Italiana, CSVnet, 2018, p. 9).

È per rispondere a questo crescente bisogno che nascono, dunque, gli Empori Solidali, cioè dei piccoli market che distribuiscono beni di prima necessità (alimenti, indumenti, ecc.) in modo gratuito agli individui che si trovano in gravi difficoltà economiche. L'approvvigionamento e l'individuazione dei beneficiari sono gestiti in rete con le realtà pubbliche e private del territorio: i beni sono forniti grazie a donazioni o acquisti, mentre i beneficiari sono individuati sia dai servizi sociali che da enti del Terzo Settore che operano nel contesto di riferimento. Ciò permette di garantire un elevato livello di conoscenza e condivisione del percorso di accesso e di permanenza dei soggetti beneficiari all'interno dell'emporio. I beneficiari, infatti, accedono all'emporio attraverso la formulazione di "patti di accompagnamento" che determinano l'attribuzione di punteggi per l'acquisizione dei beni, così come anche la definizione e limitazione del periodo di fruibilità dei beni. Questo meccanismo è funzionale per riuscire a garantire un allontanamento dalla logica del mero assistenzialismo, contribuendo a restituire dignità alle persone e, soprattutto, un elevato livello di reciprocità e condivisione con la comunità di riferimento.

All'interno di questi negozi, i beneficiari possono scegliere liberamente i prodotti di cui hanno bisogno e che desiderano, ragion per cui il modello dell'Emporio Solidale si differenzia nettamente da altri servizi, quello del pacco alimentare o della raccolta e distribuzione di abiti, rivolti alle stesse tipologie di beneficiari. Infine, accanto al sostegno materiale, molte di queste realtà realizzano – anche se con gradi e modalità diverse – percorsi e servizi di socializzazione, inclusione, formazione e orientamento. Più nel dettaglio, come sarà ripreso nell'ultimo paragrafo, si tratta di servizi quali percorsi formativi, di orientamento al lavoro, così come di attività ed eventi sociali e culturali, spesso aperti alla cittadinanza nel suo complesso. Esempi in questo senso sono i laboratori di cucito, di bricolage, i corsi di cucina con gli avanzi del cibo per evitare gli sprechi alimentari, i laboratori per il risparmio energetico e quelli per la gestione del bilancio familiare, fino ad arrivare ad attività di aiuto e sostegno educativo per i minori.

“Questo approccio offre, seppur timidamente, anche alcune piccole prospettive in termini occupazionali [...] da una comunità che si mobilita affiorano più facilmente, e più facilmente possono cogliersi, opportunità di lavoro ‘interstiziali’, non del tutto intercettabili dalle infrastrutture del collocamento o ancor meno da eventuali politiche nazionali (Caritas Italiana, CSVnet, 2018, p. 27).

Le attività realizzate all'interno degli Empori Solidali sono rese possibili dal lavoro di volontari che gestiscono non solo l'organizzazione del market (dall'approvvigionamento degli scaffali all'apertura dei locali in determinati giorni e fasce orarie), ma anche l'erogazione dei servizi aggiuntivi.

Ed è proprio sulla base delle suddette caratteristiche che è possibile spiegare ciò che rende gli Empori Solidali delle Comunità Intraprendenti . Infatti,

“Se l'assistenza materiale si conferma come risorsa preziosa del welfare territoriale, in quanto immediatamente attivabile, la sfida è quella del superamento della logica della mera sussistenza, a favore del riconoscimento di questo servizio come primo livello di presa in carico di condizioni di povertà tipicamente multidimensionali e complesse” (Caritas Italiana, CSVnet, 2018, p. 19).

In questo senso, le attività erogate dagli Empori a favore dei soggetti beneficiari, attraverso il coinvolgimento di numerose altre realtà e grazie all'attivazione di soggetti singoli e collettivi del territorio di riferimento, non possono essere etichettate come semplice aiuto materiale, bensì come un importante tassello del quadro delle politiche di contrasto all'esclusione sociale e alla povertà.

Gli Empori Solidali in Italia

Come mostrato dalla tabella 30, gli Empori Solidali individuati dalla mappatura realizzata sono 193 e rappresentano il 28% del totale delle Comunità Intraprendenti mappate in tal sede.

TABELLA 30. GLI EMPORI SOLIDALI

Empori Solidali	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Empori Solidali	193	28,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Sulla base di quanto affermato finora, un simile dato non dovrebbe sorprendere: tanto l'aumento del numero degli individui che versano in stato di bisogno quanto l'aggravarsi degli effetti della crisi economica sono infatti fattori che permettono di comprendere le ragioni dell'elevata diffusione di un simile modello e del loro incremento²⁸.

Osservando la tabella 31 e la figura 25, è possibile notare l'evoluzione del numero di Empori Solidali nel corso del tempo. Gli anni che hanno visto un incremento importante di questo tipo di Comunità Intraprendente sono quelli dal 2013 al 2019.

FIGURA 25. ANDAMENTO COSTITUZIONE EMPORI SOLIDALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

TABELLA 31. ANNO DI COSTITUZIONE EMPORI SOLIDALI

Anno	N.	%
2003	1	0,5
2005	1	0,5
2008	1	0,5
2009	2	1,0
2010	4	2,1
2011	1	0,5
2012	5	2,6
2013	11	5,7
2014	10	5,2
2015	28	14,5
2016	37	19,2
2017	33	17,1
2018	33	17,1
2019	16	8,3
2020	5	2,6
2021	2	1,0
N/A	3	1,6
Totale	193	100,0

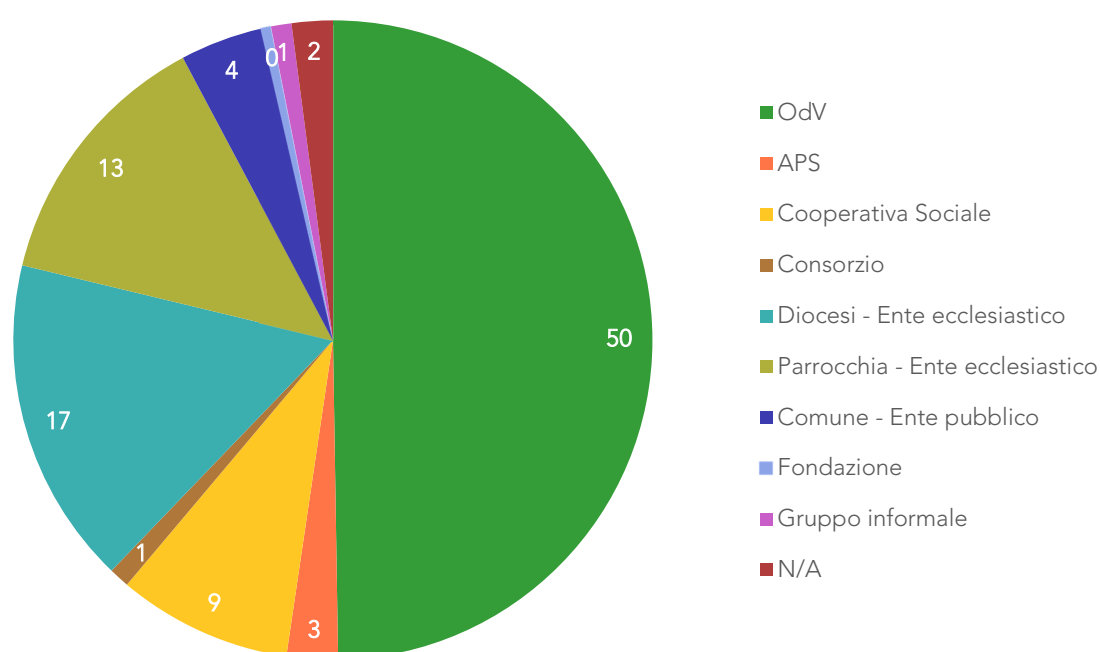
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

²⁸ Rispetto alla mappatura realizzata da Caritas italiana e CSVnet nel 2018 si registrano 14 Empori Solidali.

Forma giuridica

Gli Empori Solidali nascono quasi esclusivamente grazie al volontariato e, forti delle loro origini, sono solitamente gestiti da enti ecclesiastici o da associazioni di volontariato. Solo in parte decisamente minore troviamo altri enti di Terzo Settore, come le cooperative sociali, o enti pubblici, che riconoscono in questo modello una forte funzione pubblica di contrasto alla povertà sociale ed economica delle persone (tabella 32 e figura 26). Indipendentemente dalla forma giuridica del soggetto gestore, tutte queste realtà, pur nelle loro specificità locali, presentano alcune caratteristiche comuni e ricorrenti.

FIGURA 26. FORMA GIURIDICA EMPORI SOLIDALI. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

TABELLA 32. FORMA GIURIDICA EMPORI SOLIDALI

Forma giuridica	N.	%
OdV	96	49,7
APS	5	2,6
Cooperativa Sociale	17	8,8
Consorzio	2	1,0
Diocesi - Ente ecclesiastico	32	16,6
Parrocchia - Ente ecclesiastico	26	13,5
Comune - Ente pubblico	8	4,2
Fondazione	1	0,5
Gruppo informale	2	1,0
N/A	4	2,1
Totale	193	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Distribuzione geografica

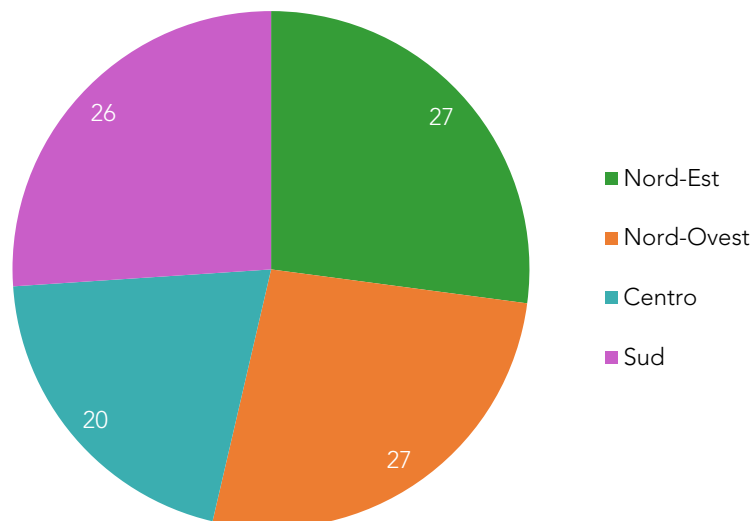
Alla luce delle informazioni raccolte nella mappatura gli Empori Solidali sono presenti in tutte le regioni italiane, ad eccezione del Molise. Guardando più nel dettaglio come essi si distribuiscono sul territorio nazionale, emerge come gli Empori Solidali siano un fenomeno nettamente più diffuso nel Nord del Paese, rispetto al Centro e al Sud. Come è possibile notare osservando la tabella 33 e la figura 27, infatti, il 54% degli Empori Solidali si trova al Nord, suddiviso equamente tra Nord-Est e Nord-Ovest, mentre il restante 46% è distribuito tra il Centro, dove il numero degli Empori è pari a 39, e il Sud, dove sono presenti 50 Empori Solidali.

TABELLA 33. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI EMPORI SOLIDALI PER MACRO-AREE GEOGRAFICHE

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	51	26,0
Nord-Est	53	28,0
Centro	39	20,0
Sud	50	26,0
Totale	193	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 27. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI EMPORI SOLIDALI PER MACRO-AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Com'è possibile osservare nella tabella 34 e nella figura 28, le Regioni in cui si registra un numero più elevato di Empori Solidali sono l'Emilia-Romagna (27), la Lombardia (23), il Veneto (19) e il Piemonte (18). Da sole, queste quattro regioni raggruppano il 45% del totale degli Empori Solidali individuati in tutto il Paese. Tra queste regioni, risultano di particolare interesse i modelli di sviluppo adottati in Veneto e in Emilia-Romagna. In Veneto, è particolarmente rilevante il ruolo svolto dagli enti pubblici nel promuovere la nascita e la diffusione di questo modello. Nello specifico, grazie alla realizzazione di un tavolo di lavoro coordinato dalla Regione Veneto, a cui

hanno preso parte gli enti gestori degli Empori Solidali e il Banco Alimentare regionale, sono state elaborate delle linee guida per la gestione dell'emporio della solidarietà. Questa operazione ha avuto un duplice obiettivo: (i) identificare un modello operativo, nel quale specificare le modalità e i criteri per l'accesso ai servizi degli Empori, ma anche, chiarirne i riferimenti normativi e gli strumenti operativi da seguire per realizzare le loro attività; (ii) estendere su tutto il territorio regionale una pratica ritenuta virtuosa (Caritas italiana, CSVnet, 2018). A questo si è aggiunta di recente la costituzione di una rete informale degli Empori Solidali veneti, i cui incontri periodici sono finalizzati a stabilire e coordinare collettivamente le linee guida da seguire per la programmazione e gestione delle attività.

TABELLA 34. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEGLI EMPORI SOLIDALI

Regione	N.	%
Abruzzo	9	4,8
Basilicata	1	0,5
Calabria	7	3,7
Campania	8	4,0
Emilia-Romagna	27	14,0
Friuli-Venezia Giulia	5	3,0
Lazio	7	3,7
Liguria	9	4,8
Lombardia	23	12,0
Marche	10	5,0
Piemonte	18	9,0
Puglia	10	5,0
Sardegna	5	3,0
Sicilia	10	5,0
Toscana	12	6,0
Trentino-Alto Adige	2	1,0
Umbria	10	5,0
Valle D'Aosta	1	0,5
Veneto	19	10,0
Totale	193	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In Emilia-Romagna, l'elevata diffusione di questo modello ha portato alla costituzione, nel 2016, di una rete informale degli Empori Solidali dell'Emilia-Romagna. L'anno successivo (2017), la rete ha portato a mettere in relazione gli Empori con ANCI, CSVERnet e i sindacati CGIL, CISL, UIL, con l'obiettivo, attraverso la sottoscrizione di un protocollo d'intesa, di sostenere e valorizzare l'azione degli Empori. Questa rete, la prima e al momento unica a livello nazionale, si è poi formalizzata nel 2021 – in un momento storico complesso nel quale, a causa della pandemia da Covid-19, le disuguaglianze si sono sempre più accentuate – con la costituzione dell'Associazione Empori Solidali Emilia-Romagna ODV, un ente di secondo livello che raggruppa al suo interno 24 dei 27 Empori della regione²⁹.

²⁹ Secondo quanto riportato dall'Associazione Empori Solidali Emilia-Romagna ODV, nel 2021, i 27 Empori Solidali presenti in Emilia-Romagna hanno aiutato, in totale, 5.619 famiglie e 19.087 persone, distribuendo più di 90 mila spese. Il tutto, grazie a 251 enti partner, 253 aziende sostenitrici e, soprattutto, il contributo fondamentale di più di 800 volontari (www.emporisolidaliemiliaromagna.it).

Al Centro e al Sud, invece, si ha un'incidenza regionale che va dal massimo del 6% in Toscana (12) al minimo dello 0,5% in Basilicata.

Una tale differenza tra le prime quattro Regioni e le altre in cui la mappatura ha evidenziato la presenza di Empori Solidali può essere interpretata alla luce di due principali fattori.

Innanzitutto, è possibile ipotizzare che laddove le associazioni di volontariato sono più diffuse si collochi la maggior parte delle esperienze prese in esame. Infatti, dal momento che gli Empori Solidali sono in larga parte gestiti (50,5%) dalle organizzazioni di volontariato (OdV) (tabella 32), appare evidente che dove si concentrano queste realtà il numero degli Empori Solidali sia superiore rispetto al resto del Paese. Come censito da CSVnet nel Report Nazionale sulle Organizzazioni di volontariato (2015), oltre il 55% delle OdV registrate nei Centri di Servizio italiani si colloca in Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Lazio e Toscana. Al sesto posto si trova il Veneto, con un'incidenza regionale di OdV del 5,3%. Emerge, dunque, come le quattro Regioni che la mappatura individua come ospitanti il maggior numero di Empori Solidali corrispondano alle aree in cui si concentra la maggior parte delle organizzazioni di volontariato.

In secondo luogo, una ragione che contribuirebbe a spiegare la prevalenza di Empori Solidali nel Nord Italia, potrebbe essere individuata nell'ancora maggiore diffusione, più nel Mezzogiorno e meno nel Centro del Paese, di un modello di aiuto prevalentemente orientato all'assistenzialismo. In questi territori, infatti, il modello dell'Emporio Solidale non ha ancora sostituito – e spesso non si è ancora nemmeno affiancato – alle tradizionali distribuzioni dei pacchi alimentari, alla creazione delle mense per i meno abbienti o altri strumenti legati a questo tipo approccio.

FIGURA 28. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEGLI EMPORI SOLIDALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

I principali settori di attività

L'attività prevalente svolta dagli Empori Solidali coincide chiaramente con la distribuzione di beni di prima necessità, come evidenziato dalla tabella 35. Nessun Emporio Solidale potrebbe definirsi tale se non si caratterizzasse per questo tipo di attività. Tuttavia, il dato interessante che emerge guardando a "cosa" fanno realmente queste Comunità Intraprendenti è il fatto che il 10% degli Empori Solidali focalizza il proprio operato su quelle che vengono definite come "attività secondarie". Prima di vedere nel dettaglio le principali attività realizzate da questi Empori, è necessario specificare che non si deve pensare che il restante 90% si occupi solo ed esclusivamente di distribuzione né tantomeno che le 20 realtà selezionate si dedichino solo ad attività secondarie. In una certa misura, le stesse attività secondarie – seppur con meno intensità e frequenza – sono svolte anche dagli altri Empori. Tuttavia, le 20 su cui si è focalizzata l'attenzione sono quelle che attribuiscono alle attività secondarie uno spazio particolarmente importante rispetto all'attività di "base" legata all'offerta di beni di prima necessità.

TABELLA 35. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DEGLI EMPORI SOLIDALI

Settori di attività	N.	%
Distribuzione beni di prima necessità	193	100,0
Con particolare attenzione ad attività secondarie	20	10,4

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Come accennato in precedenza, le attività secondarie portate avanti dagli Empori spaziano dalla realizzazione di laboratori di educazione e formazione (8), alla messa in atto di attività culturali e ricreative (3), passando da attività di consulenza e ascolto (3), fino ad arrivare alla promozione di attività di volontariato (tabella 36 e figura 29).

TABELLA 36. SETTORI DI ATTIVITÀ SECONDARI DEGLI EMPORI SOLIDALI

Settori di attività secondari	N.	%
Educazione e formazione	8	40,0
Attività culturali e ricreative	3	15,0
Attività di consulenza e ascolto	3	15,0
Attività di volontariato	6	30,0
Totale	20	100,0

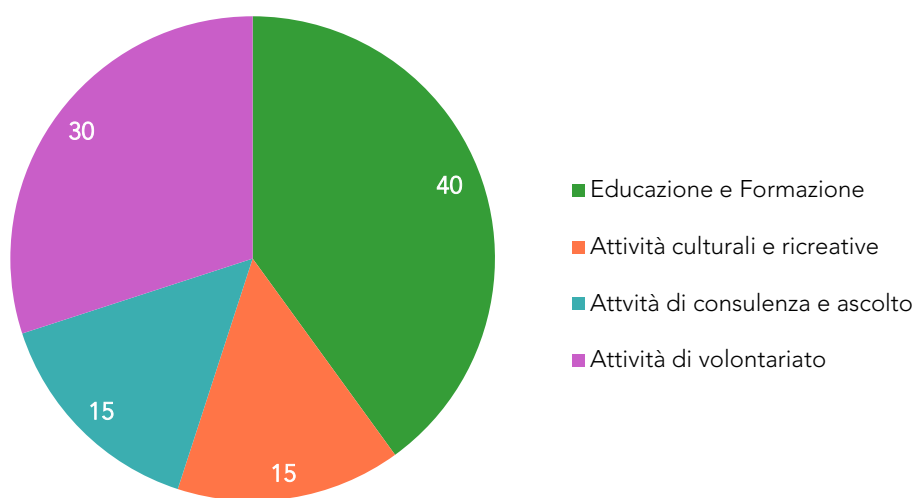
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

La diffusione di tali attività è resa possibile, secondo Caritas Italiana e CSVnet (2018), grazie alla capacità degli Empori Solidali di mobilitare attivamente i vari membri della comunità nel supportare il servizio degli Empori con le loro competenze e attività.

La quasi totalità degli Empori, infatti, vede il coinvolgimento di diverse realtà: parrocchie, enti pubblici, enti del Terzo Settore, imprese private e, più in generale, singoli cittadini. Per quanto riguarda, in particolare, il coinvolgimento dell'ente pubblico, sono più di 300 i Comuni che, con modalità e funzioni diverse da luogo a luogo, sono coinvolti nei vari progetti promossi dagli Empori. In molti casi, l'ente pubblico svolge una funzione sia di attivatore, attraverso, ad esempio, la convocazione di tavoli di lavoro tematici, sia di garante nell'offrire o intercettare i finanziamenti specifici per la realizzazione delle attività secondarie degli Empori (Caritas italiana, CSVnet, 2018).

A questo si aggiunge poi il ruolo delle imprese private, il cui coinvolgimento è fondamentale per la sostenibilità di gran parte degli Empori, “dalla grande distribuzione ai minimarket (tipologie più frequenti), dalle reti dei fornai agli ambulanti del mercato rionale, fino alle imprese del terziario (che collaborano con diverse modalità, non solo finanziarie)” (Caritas italiana, CSVnet, 2018, p. 14).

FIGURA 29. SETTORI DI ATTIVITÀ SECONDARI DEGLI EMPORI SOLIDALI. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

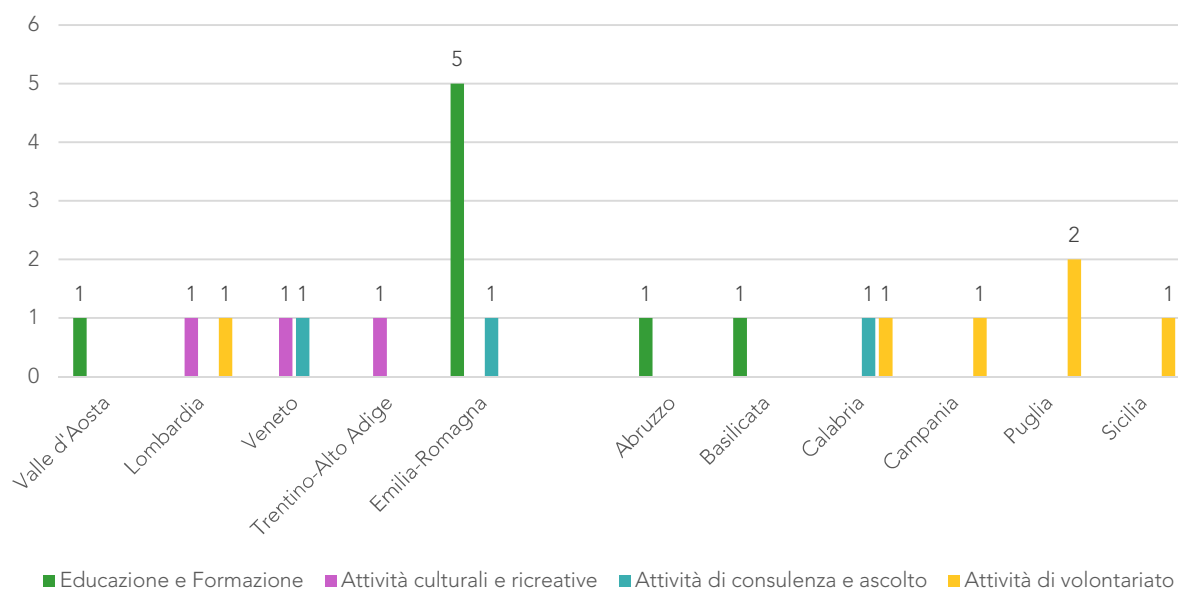
Infine, un aspetto che non deve essere dato per scontato quando si parla di Empori Solidali è il ruolo del volontariato e della sua promozione nei confronti di tutti i soggetti reali e potenziali che gravitano attorno a queste realtà, da chi si fa carico di crearli e gestirli agli stessi beneficiari, coinvolti attivamente non solo nella gestione quotidiana dell’Emporio, ma anche nel più ampio contesto della comunità di riferimento. Le attività di volontariato possono essere svolte, infatti, sia all’interno che all’esterno dell’Emporio. Tra le attività di volontariato realizzate internamente si trovano con maggiore frequenza tutte quelle indispensabili al funzionamento dell’Emporio stesso, come l’approvvigionamento e il lavoro in magazzino dei beni (carico/scarico), l’allestimento degli scaffali, la distribuzione dei beni, piccole opere di manutenzione, la pulizia dei locali e la partecipazione a raccolte alimentari.

Accanto a queste, anche se generalmente con frequenza minore, i beneficiari svolgono anche altre attività come l’accoglienza e l’accompagnamento di nuovi beneficiari nell’organizzazione di momenti conviviali, o legate a specifiche competenze personali (es. servizio di traduzione, formazione inerente attività ricreative e culturali) (Caritas Italiana, CSVnet, 2018). Per quanto riguarda le attività, invece, realizzate all’esterno dell’Emporio, i beneficiari sono coinvolti in attività di volontariato presso altre associazioni presenti sul territorio, in strutture della Caritas o parrocchie, o, infine, in altre attività realizzate in collaborazione con altri Empori Solidali.

In tutti questi casi, appare evidente come tali attività possano essere svolte solo laddove si sia realizzata una valutazione delle potenzialità, degli interessi e delle disponibilità dei beneficiari.

Inoltre, è anche indispensabile che l'Emporio sia dotato di una capacità organizzativa e gestionale tale da poter di fatto orientare, accompagnare e monitorare le attività di volontariato svolte dai beneficiari. Per questo, non tutti hanno le risorse umane, relazionali e di tempo a disposizione per collaborare alla realizzazione di queste attività secondarie.

FIGURA 30. SETTORI DI ATTIVITÀ SECONDARI DEGLI EMPORIO SOLIDALI PER REGIONE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In generale, l'aspetto particolarmente interessante che emerge grazie agli Emporio Solidali è che, se organizzata in un certo modo, la promozione di attività di volontariato permette di instaurare un rapporto di reciprocità tra i soggetti aiutati in seno all'Emporio e la comunità nel suo complesso, che così diventa destinataria di una "restituzione" da parte dei beneficiari stessi. Pertanto, se non inteso come corrispettivo o imposto come condizione per accedere al servizio, il volontariato assume in tal sede le caratteristiche proprie del welfare di comunità.

In sintesi, gli Emporio Solidali, nati con l'obiettivo di fornire un supporto concreto agli individui e alle famiglie in condizioni di estrema difficoltà, si sviluppano come Comunità Intraprendenti, capaci di attivare reti di welfare territoriale che vedono coinvolta la comunità nel senso più ampio del termine. In particolare, questo emerge soprattutto con quegli Emporio Solidali che non si limitano ad integrare l'offerta di beni di prima necessità con attività secondarie, ma che riescono ad attribuire a queste ultime uno spazio prioritario. Un'opportunità questa che dipende dalla capacità dei soggetti gestori degli Emporio Solidali di attivare reti esterne, coinvolgendo altre e diversificate realtà territoriali nella programmazione, gestione ed erogazione dei servizi complementari. Ed è proprio questa capacità di coinvolgimento di enti sia pubblici che privati, sia non profit che for-profit, a rendere gli Emporio Solidali delle vere Comunità Intraprendenti, che non si limitano a fornire aiuto materiale ai soggetti in difficoltà, ma che piuttosto svolgono attività di capacitazione dei beneficiari e della comunità nel suo complesso, configurandosi in quanto attori fondamentali nell'alveo delle politiche a contrasto dell'esclusione sociale e della povertà e della determinazione di un welfare territoriale integrato. È su questo tipo di Emporio Solidali su

cui si focalizzerà, in seguito, l'attenzione del Report specifico dedicato a questa tipologia di Comunità Intraprendente.

2.6 Le Comunità a Supporto dell'Agricoltura

Informazioni generali

Negli ultimi anni il tema del cibo e dell'ecosistema in cui è inserito hanno ricevuto sempre maggiore attenzione nel dibattito pubblico e politico, sia a livello globale che in contesti nazionali e locali. Questo a causa dei recenti sviluppi dei sistemi di produzione e distribuzione agro-alimentare, sempre più orientati allo sfruttamento estremo del territorio, dei lavoratori e degli animali, che impongono prezzi non equi a produttori e consumatori e che, di conseguenza, provocano effetti negativi sulle produzioni locali e sulla qualità stessa dei prodotti.

In risposta a questo contesto "movimenti auto-organizzati, ma anche modelli di impresa attenti alla salute delle persone e dei territori hanno messo in pratica innovazioni sociali, creando o sostenendo filiere corte, favorendo il consumo di cibo naturale e biologico" (Forno *et al.*, 2021, 3). Questi fenomeni sono stati inquadrati in ambito accademico sotto il nome di *Civic food network* (Renting *et al.*, 2012; Rossi *et al.*, 2013), denominazione che pone enfasi sulla componente "civica" delle nuove configurazioni del rapporto produttore-consumatore (Coscarello, 2021) o con la più diffusa definizione di *Alternative food network* (AFN). Quest'ultimo termine descrive le pratiche alimentari alternative comparse a partire dagli anni '90, tra cui le più note sono le CSA (Comunità a Supporto dell'Agricoltura), a cui è dedicato questo paragrafo, i mercati contadini, la vendita al dettaglio nelle fattorie (Edwards, 2016; Whatmore *et al.*, 2003). Terminologie simili, spesso accostate a quelle precedentemente presentate, che è possibile incontrare nella letteratura sul tema sono *Short Food Supply Chains*, *Alternative Food Initiatives*, *Local Food Systems* (Andreola *et al.*, 2021), *Community food*, *Food Justice initiatives* (Edwards, 2016). Tutti questi concetti hanno un denominatore comune: si riferiscono ad esperienze che si contraddistinguono per valori quali: sostenibilità, etica, giustizia sociale, rispetto dell'ambiente, e privilegiano filiere corte, giuste, locali e biologiche.

Le CSA traggono il proprio fondamento concettuale dall'esperienza dell'agricoltura biologica giapponese, fondata a partire da un gruppo di cooperative agricole dal filosofo Teruo Ichiraku nel 1971. A partire dagli anni '70, dunque, le CSA hanno iniziato a svilupparsi in tutto il mondo, dagli Stati Uniti all'Europa. Sulla base della specifica evoluzione avviata in ogni singolo Paese, le CSA hanno assunto caratteristiche e denominazioni differenti: AMAPs in Francia, Reciprocos in Portogallo, e CSA in America e Canada (Genova e Piccoli, 2019; Piccoli *et al.*, 2021). Per quanto riguarda la dimensione del fenomeno, si osservi come in Europa nel 2015 siano state mappate circa 4.792 CSA, capaci di produrre cibo per almeno un milione di persone (Perényi *et al.*, 2016).

In genere, le CSA nascono sulla base di quattro differenti modelli (Saltmarsh, *et al.*, 2011):

- su iniziativa dei produttori;
- su iniziative guidate dalla comunità;
- attraverso accordi tra produttori e comunità;
- da imprese di proprietà della comunità locale.

Il legame tra questa diversità di potenziali modelli di CSA, dovuta ai soggetti che si fanno promotori della loro nascita, e il contesto socio-economico dove ciascuna di essa si forma, rende

questo tipo di Comunità Intraprendente un “fenomeno dalle molte sfaccettature, fortemente ancorato a contesti territoriali specifici e quindi lontano da un modello unico” (Genova e Piccoli, 2019, p. 50). Tuttavia, nonostante queste diversità, in ogni esperienza è possibile individuare almeno due elementi ricorrenti che identificano questo modello di produzione e consumo di prodotti agricoli.

In primo luogo, quando si parla di CSA si fa sempre riferimento a un accordo tra i produttori agricoli e i consumatori che, a partire dalla condivisione di valori, obiettivi e fiducia, è orientato a condividere “responsabilità, rischi e opportunità della produzione agricola” (Genova e Piccoli, 2019, p. 50). Infatti, questo modello ha un duplice obiettivo: da un lato, garantire al produttore il lavoro, un adeguato e sufficiente riconoscimento economico e, dunque, una vita dignitosa e, dall’altro, consentire al consumatore di concordare con il produttore un prezzo giusto, in grado di rispondere a propri bisogni e possibilità economiche.

In secondo luogo, le CSA nascono per soddisfare il bisogno di un numero sempre maggiore di persone di voler produrre e consumare cibo di alta qualità e sostenibile da un punto di vista ambientale, sociale ed economico, nel rispetto tanto delle specificità del territorio nel quale i prodotti vengono realizzati quanto delle persone e della dignità del loro lavoro.

Le CSA nascono, dunque, innanzitutto per attribuire un nuovo significato al cibo e ai valori connessi al consumo. Al tempo stesso, però, esse si pongono anche l’obiettivo di ricreare una struttura sociale significativa che passa tanto dalla relazione tra produttore e consumatore, quanto nell’intreccio di relazioni che si instaurano tra i consumatori stessi, intesi come membri di una collettività che si riunisce intorno a una nuova infrastruttura sociale. Si creano in questo modo processi di apprendimento e di *empowerment* collettivo (Zimmerman e Rappaport, 1988) che si traducono a loro volta in processi di capacitazione dei singoli individui (Sen, 1985). Il modello di organizzazione delle CSA si pone come alternativo alla produzione/distribuzione agricola tradizionale, non più fondata sui principi utilitaristi e individualisti del mercato, bensì sui principi di solidarietà e reciprocità propri dell’economia sociale e solidale. Così intese, le CSA rappresentano, infine, una nuova opportunità per sviluppare competenze e creare posti di lavoro.

In sintesi, a partire da questi elementi, le CSA vengono definite come: “ogni iniziativa di produzione di cibo o prodotti della terra nell’ambito della quale la comunità condivide i rischi e i frutti della produzione attraverso la proprietà, gli investimenti, la condivisione dei costi di produzione o la concessione di mano d’opera” (Saltmarsh, et al., 2011, p. 6).

Le CSA in Italia

In Italia, dai dati raccolti, sono presenti 14 CSA, nate tra il 2010 e il 2021. L’analisi presentata di seguito si concentra, quindi, su queste. Tuttavia, è bene evidenziare, che nel panorama nazionale di autoproduzione agricola e sostenibilità ambientale esistono anche altre esperienze interessanti che non sono state inserite in questa mappatura perché presentano caratteristiche che non rientrano nel modello delle CSA (si veda ad esempio Ortobioattivo³⁰ a Firenze e Circolo Produzione Case Bottaro³¹ a Pergola, in provincia di Pesaro-Urbino) oppure perché, pur possedendo i requisiti necessari per definirsi tali e muovendosi verso il modello della CSA attraverso percorsi concreti, non si sono ancora costituite formalmente come CSA (si veda, ad

³⁰ <https://www.ortobioattivo.com/>.

³¹ <http://www.casebottaro.it/>.

esempio, il progetto Ruralopoli³² a Brescia e il progetto XFarm³³ a San Vito dei Normanni, in provincia di Brindisi).

Come già indicato nell'introduzione di questo Rapporto, e ripreso nella tabella 37, le CSA rappresentano appena il 2% del totale delle Comunità Intraprendenti.

TABELLA 37. LE CSA IN ITALIA RISPETTO AL TOTALE DI COMUNITÀ INTRAPRENDENTI

CSA	N.	%
Comunità Intraprendenti	687	100,0
CSA	14	2,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Forma giuridica

Attualmente le CSA, dato il fatto che sono un modello nuovo per il panorama italiano, non sono riconosciute giuridicamente come qualcosa di "indipendente" e sono gestite da altri soggetti giuridici (associazioni, cooperative agricole, patti informali). Nello specifico, osservando la tabella 38 e la figura 31, si può notare come le forme più utilizzate siano quella associativa e quella cooperativa. Infatti, quattro CSA hanno assunto la forma di associazioni di promozione sociale (APS), due sono associazioni semplici, una è un'associazione culturale, mentre tre realtà si sono costituite come cooperative, rispettivamente agricola, sociale e di consumo. Infine, una risulta essere una Società Semplice Agricola e tre sono le CSA nate – e tuttora operanti – come patti informali. Nonostante tutte queste realtà forniscano diversi servizi e attività, in accordo alle specifiche circostanze e ai particolari bisogni locali, oltre che ovviamente ai valori dei partecipanti, l'assenza di un riconoscimento normativo ad hoc può rappresentare un limite per lo svolgimento di attività "per" e "con" la comunità. È, infatti, il modello giuridico scelto per gestire la CSA che ne influenza le capacità operative e, soprattutto, di coinvolgimento di differenti portatori di interessi (produttori, lavoratori, volontari, finanziatori), basti pensare – per esempio – alle differenti caratteristiche e opportunità in questo senso che offrono le varie tipologie di cooperative come quella agricola, sociale e di consumo.

TABELLA 38. CSA PER FORMA GIURIDICA

CSA	N.	%
APS	4	28,6
Associazione semplice	2	14,3
Associazione culturale	1	7,1
Cooperativa agricola	1	7,1
Cooperativa sociale	1	7,1
Cooperativa di consumo	1	7,1
Patto informale	3	21,4
Società Semplice Agricola	1	7,1
Totale	14	100,0

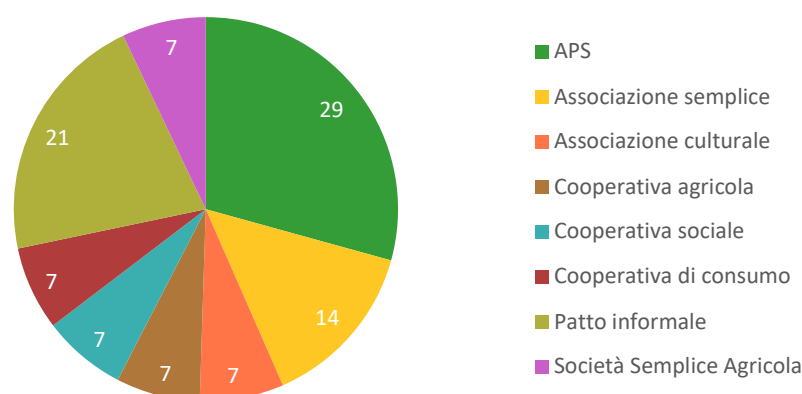
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

³² <https://ruralopoli.it/>.

³³ <https://www.xfarm.me/>.

Dai dati non emerge se il numero ancora abbastanza circoscritto di CSA attive in Italia sia dovuto a questa mancanza di riconoscimento giuridico o alla ancora limitata conoscenza da parte dei potenziali interessati di questo nuovo modello e delle sue potenzialità.

FIGURA 31. CSA PER PRINCIPALE FORMA GIURIDICA. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Inoltre, questo mancato riconoscimento può avere altri effetti: oltre a rendere difficoltosa l'individuazione e la successiva mappatura delle esperienze in questione, il principale problema è legato alla difficoltà di far nascere nuove realtà attraverso "iniziative guidate dalla comunità" (secondo modello) (Saltmarsh *et al.*, 2011), dove questa è composta solo da consumatori che decidono di cooperare e diventare essi stessi produttori.

TABELLA 39. CSA PER ANNO DI COSTITUZIONE

CSA	N.	%
2010	1	7,1
2012	1	7,1
2013	1	7,1
2015	1	7,1
2016	2	14,3
2017	2	14,3
2018	3	21,4
2019	1	7,1
2021	2	14,3
Totale	14	100,0

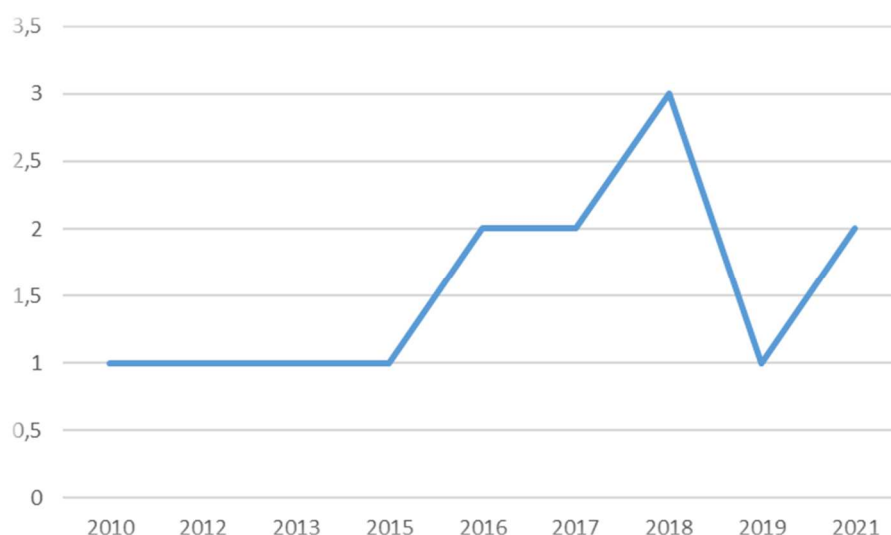
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In generale, il primo requisito fondamentale per la vita di una CSA è l'accesso ad un appezzamento di terreno sufficiente e adatto a soddisfare i bisogni di approvvigionamento della comunità. Questo è uno dei motivi per cui, ad esempio, la maggior parte delle CSA nascono da produttori agricoli che possiedono già dei terreni. Nei casi, però, di iniziative nate da parte dei consumatori, assicurarsi un accesso a lungo termine alla terra e il capitale fisico di base – gli edifici necessari e gli attrezzi per la produzione e la lavorazione – può rappresentare una sfida

significativa, se non addirittura un ostacolo. Un riconoscimento di questo modello potrebbe avere il vantaggio di creare dei percorsi agevolati per l'accesso da parte di queste realtà a terreni inutilizzati o in stato di abbandono di proprietà pubblica, superando le classiche logiche del bando o dell'appalto pubblico.

Nonostante queste riflessioni, in generale, è possibile notare come negli ultimi cinque anni, tra il 2017 e il 2021, il numero delle CSA tenda ad aumentare (tabella 39 e figura 32). Ciò avviene poiché le CSA sono in grado di intercettare la crescente domanda di cibo biologico, di qualità e sostenibile. Questa capacità ha un effetto positivo sulla sostenibilità ambientale, oltre che alimentare, perché si traduce in una modifica delle abitudini di consumo alimentare e degli stili di vita che presuppone un cambiamento di molti aspetti tipici del mondo contemporaneo: i ritmi di lavoro, i trasporti, ecc.

FIGURA 32. ANDAMENTO COSTITUZIONE CSA



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Distribuzione geografica

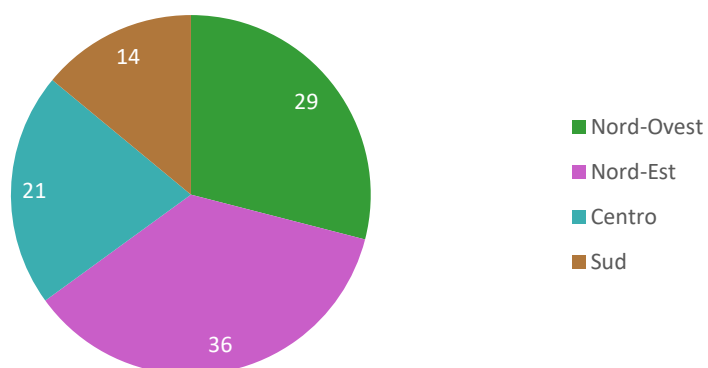
Alla luce delle informazioni raccolte nella mappatura tra il 2020 e il 2021, le CSA risultano essere un fenomeno più sviluppato nel Nord del Paese, a discapito del Centro e del Sud (tabella 40 e figura 33). Nello specifico, al Nord si trova il 64% delle CSA (9), distribuito tra il Nord-Est (Trentino-Alto Adige, Veneto ed Emilia-Romagna) e il Nord-Ovest (Lombardia e Piemonte), contro il 21% del Centro (23) e il 14% del Sud (2). Le regioni più rilevanti per presenza di CSA sono, quindi, Lombardia, Toscana, Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige (tabella 41 e figura 34).

TABELLA 40. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE CSA PER AREE GEOGRAFICHE

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	4	29,0
Nord-Est	5	36,0
Centro	3	21,0
Sud	2	14,0
Totale	14	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 33. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE CSA PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



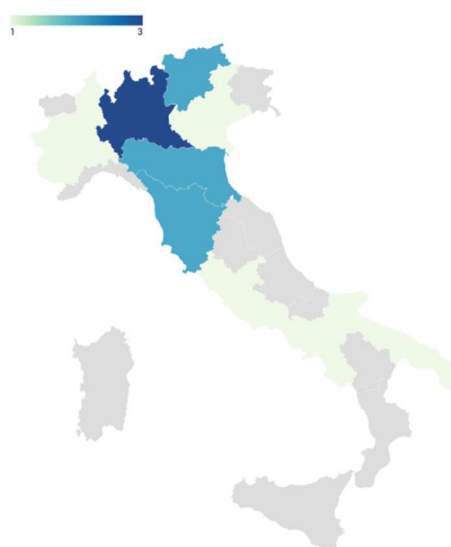
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

TABELLA 41. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE CSA

Regione	N.	%
Campania	1	7,1
Emilia-Romagna	2	14,3
Lazio	1	7,1
Lombardia	3	21,4
Piemonte	1	7,1
Puglia	1	7,1
Toscana	2	14,3
Trentino-Alto Adige	2	14,3
Veneto	1	7,1
Totale	14	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 34. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE CSA



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Principale settore di attività

Diversamente da quanto avvenuto per le altre tipologie di Comunità Intraprendenti, in riferimento al modello delle CSA non viene di seguito presentata la pluralità di attività svolte, dal momento che le 13 esperienze mappate si concentrano su un unico settore di attività. Infatti, le CSA – così come sottolineato in sede introduttiva – si occupano prevalentemente della coltivazione finalizzata alla produzione di ortaggi, cereali e frutta. A ciò, tutte le CSA analizzate associano lo svolgimento di attività socio-culturali, educative e formative, rivolte ai soci e alla comunità di riferimento nel suo complesso. Si tratta prevalentemente di iniziative ricreative e aggregative, di momenti di divulgazione su temi agricoli e di attività seminari e conferenze su altri temi di interesse.

Ad essere rilevante in tal sede, più delle attività che le CSA svolgono, è la modalità attraverso cui tali attività vengono svolte. Infatti, per essere parte di una CSA è indispensabile assumere lo *status* di socio. I soci e membri di una CSA costituiscono un gruppo animato da un obiettivo fondamentale: supportare la produzione agricola della loro iniziativa. I soci, infatti, per essere tali, devono condividere pienamente non solo i principi, ma anche le scelte operative dell'organizzazione, in quanto il modello di governance su cui si fondano le CSA è finalizzato ad una totale e reale partecipazione dei soci in tutte le fasi e attività che riguardano la vita dell'organizzazione.

Pertanto, chiunque condivida i principi e le azioni e sia interessato ai prodotti della CSA può iscriversi ed assumere la qualifica di socio. L'adesione è subordinata al versamento di una quota: nel caso delle associazioni il riferimento è ad una quota associativa non rimborsabile, mentre per le cooperative si tratta della sottoscrizione di capitale sociale. Inoltre, per beneficiare della produzione agricola, i soci devono versare una quota mensile o annuale.

In sintesi, le CSA sono comunità di persone che coltivano direttamente il proprio cibo e i soci non sono semplici clienti, produttori o consumatori, ma nel partecipare direttamente al finanziamento, alle scelte e alla governance dell'organizzazione ne rappresentano il nucleo indispensabile. Più la compagine sociale si amplia, più si suddividono i compiti. Se, ovviamente, tutti i soci partecipano in egual misura nel finanziare (con una quota annuale o mensile) la produzione di ortaggi – ricevendo periodicamente una parte del raccolto – e le decisioni strategiche vengono solitamente assunte secondo metodi partecipativi che abbracciano la pratica del consenso, nella maggior parte dei casi le decisioni sono assunte da un direttivo, in altri da un'assemblea.

L'organizzazione pratica delle attività è, invece, più frequentemente affidata a gruppi di lavoro, ma in alcuni casi anche a un direttivo; in entrambi i casi prevale nuovamente l'adozione della pratica del consenso.

In generale, le CSA non producono utili o avanzi poiché alla base vi è il principio secondo cui i costi della produzione vengono distribuiti tra i partecipanti, senza avanzi o disavanzi. Gli utili prodotti nelle cooperative e associazioni vengono reinvestiti nell'attività e non distribuiti; mentre per le aziende agricole, gli introiti vengono impiegati liberamente.

2.7 Le Food Coop

Informazioni generali

Come messo in evidenza nel paragrafo precedente dedicato alle CSA, sono numerose le pratiche che fanno parte delle esperienze di consumo di cibo critico e alternativo. Tra queste è possibile far rientrare anche il caso delle Food Coop.

La Food Coop, che è possibile ritrovare nel contesto italiano sotto denominazioni quali “supermercato cooperativo”, “emporio autogestito”, “supermercato partecipativo”, “emporio di comunità”, è una particolare tipologia di cooperativa di consumo nata negli Stati Uniti nel contesto dei movimenti per la giustizia sociale e della cosiddetta controcultura, sviluppatasi attorno agli anni '70. Una delle più datate e sicuramente la più famosa organizzazione di questo tipo è *Park Slope Food Coop* nata a Brooklyn nel 1973 dall'iniziativa di alcuni attivisti locali per ottenere buon cibo a prezzi accessibili in un mercato come quello statunitense, in cui la disponibilità di cibo di qualità era limitata, soprattutto per le fasce della popolazione con un basso reddito. La necessità di risparmiare affiancata a quella di consumare cibo buono e sano ha innescato la nascita di molte delle Food Coop presenti non solo negli Stati Uniti, ma in tutto il mondo. Questo aspetto è stato sottolineato anche da Joe Holtz, uno dei co-fondatori di *Park Slope Food Coop*, in uno spezzone del documentario “FOOD-COOP” di Tom Boothe, “quando abbiamo iniziato a imparare qual era il prezzo delle cose all'ingrosso, abbiamo capito che, cavolo, potevamo davvero risparmiare sul cibo, sul buon cibo evitando il cibo cattivo”³⁴.

Accanto alle motivazioni di carattere economico e legate al benessere fisico, è importante considerare quelle di stampo politico, che vedono le Food Coop come modelli di consumo alternativi, improntati su sostenibilità ambientale, prezzi giusti per produttori e consumatori e, infine, che valorizzano filiere e produttori locali in contrapposizione alle logiche diffuse nella grande distribuzione organizzata e nelle multinazionali. Elementi, questi, che come messo in evidenza precedentemente, accomunano queste esperienze alle CSA.

Uno dei principali elementi che caratterizza le Food Coop è l'elevato livello di mutualità al loro interno. Queste peculiari cooperative di consumo, infatti, sono aperte solo ai soci che sono al contempo proprietari, lavoratori-volontari e clienti della Food Coop. Per diventare membri dei supermercati collaborativi e autogestiti è indispensabile, oltre al pagamento di una quota di adesione, anche impegnare circa tre ore di lavoro non retribuito ogni quattro settimane all'interno dell'organizzazione. L'attività lavorativa dei soci è fondamentale per il funzionamento e lo sviluppo della Food Coop e per assicurare prodotti di qualità – spesso biologici – ad un prezzo accessibile. Azzerando o limitando il costo della manodopera, che è tra gli elementi che incidono maggiormente sul prezzo finale dei prodotti (Alban, 2018), queste realtà applicano un ricarico basso (tra il 18% e il 25%) che viene utilizzato per coprire le spese relative ai costi fissi dell'attività. In cambio del lavoro volontario svolto nella Food Coop e della quota di adesione iniziale, i soci hanno la possibilità di essere molto più che semplici consumatori. All'interno della Food Coop, infatti, i soci diventano comproprietari e consumatori attivi che hanno la possibilità non solo di scegliere il cibo che desiderano sulla propria tavola, ma di selezionare quello presente sugli scaffali, consentendone l'acquisto a prezzi convenienti. In generale, è importante sottolineare che i supermercati collaborativi e partecipativi rispondono alle esigenze sempre più diffuse di controllo, trasparenza e potere decisionale avanzate da parte dei consumatori e

³⁴ Boothe, T. (Film Director) (2016), *Food Coop*, Lardux Films.

rivoluzionano la figura del consumatore avvicinandolo a quella del *prosumer* o “consumatore cooperatore” (Albouy et al., 2020). In questi particolari contesti, i soci della cooperativa e clienti del supermercato coincidono e sono pienamente partecipi nel sistema di governance e sono allo stesso tempo “un decision-maker, un manager, un cliente, un cittadino e un lavoratore” (Albouy et al., 2020, p. 8). Inoltre, a differenza di altri supermercati, eventuali utili risultanti dall’attività economica, vengono reinvestiti nella Food Coop.

Per concludere, pur caratterizzandosi per l’alto livello di coinvolgimento dei soci, per l’attenzione e il supporto nei confronti di produzioni biologiche e locali, e su attività di comunità e sostenibilità ambientale, è importante evidenziare che le diverse realtà si diversificano a seconda dei contesti economici, sociali e culturali in cui sorgono, delle attività svolte per la comunità e per i propri soci, e in base alla scelta dei prodotti e al grado di apertura nei confronti dei non-membri.

Le Food Coop in Italia

Il fenomeno Food Coop, come già accennato, si è sviluppato anche in Europa, seppur solo dal primo decennio degli anni 2000. La prima esperienza è stata quella di *La Louve* a Parigi, supermercato partecipativo fortemente ispirato all’esempio americano di *Park Slope*, seguito da *Bees Coop* di Bruxelles e altri casi nelle maggiori capitali europee. Sulla scia della domanda crescente di prodotti alimentari di qualità, locali, sostenibili e a prezzi giusti per produttori e consumatori, il modello Food Coop è approdato anche in Italia. Ad oggi le Food Coop ufficialmente costituite e operanti sul territorio italiano sono cinque, rappresentando, quindi, solo l’1% delle Comunità Intraprendenti mappate da questa indagine (tabella 42). Dall’indagine condotta, il fenomeno risulta comunque in espansione e altri supermercati cooperativi e partecipativi sono in cantiere in tutta Italia (es. Trentino-Alto Adige e Veneto), in attesa di raggiungere una quantità di soci sufficiente per avviare il progetto.

TABELLA 42. LE FOOD COOP IN ITALIA

Food coop	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Food Coop	5	1,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

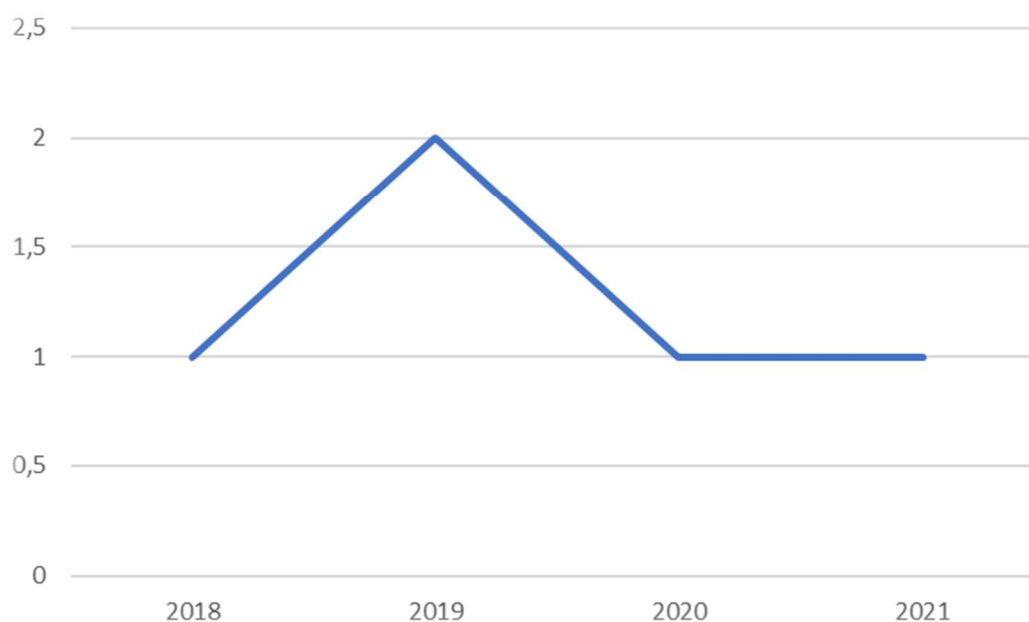
La prima Food Coop, *Camilla - Emporio di Comunità*, è stata costituita nel 2018 a Bologna, a questa sono seguite *OltreFood* a Parma e *Mesa Noa* a Cagliari, entrambe nel 2019, *Stadera* a Ravenna nel 2020 e, infine, *Le vie dell’Orto* a Grosseto nel 2021 (tabella 43).

TABELLA 43. FOOD COOP PER ANNO DI COSTITUZIONE

Anno	N.	%
2018	1	20,0
2019	2	40,0
2020	1	20,0
2021	1	20,0
Totale	5	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 35. ANDAMENTO COSTITUZIONE FOOD COOP



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Senza dubbio il modello Food Coop sta riscuotendo sempre più interesse. Nel nostro Paese, il cibo, che da sempre rappresenta un elemento anche dal forte valore identitario, viene via via considerato anche in chiave salutistica (Eurispes, 2019) a conferma del cosiddetto *quality turn* (Andreola et al., 2021) da cui sembrano interessate le tendenze agli acquisti dei consumatori. Dal rapporto Eurispes del 2019 emerge, inoltre, un ritratto del consumatore italiano sempre più informato e consapevole, e orientato a valorizzare prodotti biologici e di origine controllata. Allo stesso tempo, si stanno sviluppando reti alimentari alternative come GAS (Gruppi di Acquisto Solidale), mercati contadini, CSA, grazie alla mobilitazione non solo dei consumatori, ma anche di produttori in cerca sia di alternative rispetto al sistema di distribuzione tradizionale, sia di occasioni per portare avanti le proprie attività in modo sostenibile ricevendo compensi giusti.

Distribuzione geografica

Osservando la distribuzione dei supermercati cooperativi e partecipativi nel territorio italiano (tabella 44), il primo elemento che emerge è la concentrazione del fenomeno nella regione Emilia-Romagna.

TABELLA 44. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE FOOD COOP

Regione	N.	%
Emilia-Romagna	3	60,0
Sardegna	1	20,0
Toscana	1	20,0
Totale	5	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 36. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE FOOD COOP



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Non sorprende che la prima Food Coop italiana, *Camilla*, sia nata a Bologna, città nota sia a livello nazionale che internazionale per le esperienze pionieristiche di partecipazione civica e di innovazione sociale. Il territorio emiliano romagnolo è sicuramente un contesto fertile per realtà come le Food Coop, se si considera che l'elevata partecipazione della società civile e l'alta diffusione di organizzazioni di tipo mutualistico è storicamente un tratto distintivo non solo della città di Bologna, ma dell'intera regione, in cui si sono costituite anche *OltreFood* e *Stadera*. Le restanti Food Coop si trovano una al Centro e una al Sud.

Forme giuridiche

Ad un'attenta analisi è possibile osservare che le cinque Food Coop italiane condividono processi che hanno portato alla loro costituzione molto simili. Esse rappresentano, infatti, l'evoluzione più o meno diretta di reti, organizzazioni alimentari e associazioni preesistenti e attive sul territorio di riferimento. Frequenti sono i casi in cui la creazione della Food Coop deriva da una volontà di maggiore strutturazione dei GAS. In questi casi le conoscenze acquisite nel periodo del GAS, la rete di relazioni tra soci e con i produttori di riferimento, sono di grande utilità per la nascita e lo sviluppo del supermercato cooperativo e partecipativo. Un esempio di questo percorso è quello di *Camilla* a Bologna, Food Coop nata dallo sviluppo di *Alchemilla*, uno dei più grandi e datati GAS del bolognese. L'esperienza del GAS è stata messa a frutto da parte dei soci di *Camilla* per identificare gli agricoltori poi selezionati come fornitori della Food Coop; molti di questi sono stati scelti sulla base di contatti personali diretti, risalenti al periodo di attività di *Alchemilla* (Sacchi et al., 2022). Per *Mesa Noa*, invece, importante è stato il lavoro sul territorio dell'associazione *Terre Colte*, nata nel cagliaritano nel 2014 per recuperare terreni abbandonati e impegnata su temi quali l'agricoltura sociale e naturale, la tutela e la sostenibilità ambientale e il consumo critico.

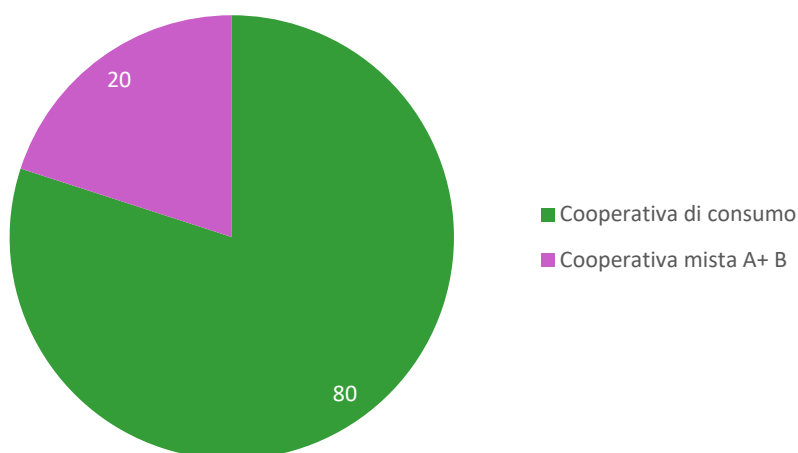
Il processo di sviluppo comune e la specificità del modello Food Coop rendono queste realtà molto omogenee dal punto di vista della forma giuridica adottata (tabella 45). Quattro delle cinque Food Coop italiane sono, infatti, cooperative di consumo. Tra le esperienze italiane si segnala la presenza di due realtà, *Mesa Noa* e *Le vie dell'Orto*, che hanno sposato la forma organizzativa della cooperativa di comunità. *Le vie dell'Orto* rappresentano un caso particolare anche per un'altra peculiarità che riguarda il percorso intrapreso di trasformazione da associazione a cooperativa mista A+B a cooperativa di comunità, grazie a un bando promosso da Legacoop Toscana e Fondazione CR Firenze per supportare la nascita di nuove cooperative composte da giovani under 35 nelle province di Firenze, Arezzo e Grosseto. In questo caso, la Food Coop ha deciso di identificarsi anche come impresa sociale.

TABELLA 45. LE FORME GIURIDICHE DELLE FOOD COOP

Forma giuridica	N.	%
Cooperativa di consumo	4	80,0
Cooperativa mista A+B	1	20,0
Totale	5	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 37. FOOD COOP PER FORMA GIURIDICA



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Come emerge dalla scelta della forma giuridica delle organizzazioni in oggetto, un tratto che hanno in comune i diversi supermercati collaborativi autogestiti – e che al contempo li distingue da altre realtà afferenti alle *Alternative Food Network* – è il maggior livello di formalizzazione, strutturazione e normatività presente al loro interno. Infatti, oltre a basarsi su uno statuto più o meno dettagliato, per il funzionamento delle Food Coop sono fondamentali altri due strumenti: la carta dei valori/principi e il regolamento dei membri cooperanti, spesso definito anche “patto di autogestione”.

Principali settori di attività

Come presentato nella prima sezione, le Food Coop, in modo analogo alle cosiddette reti alimentari alternative, sono realtà fortemente radicate e in connessione con il tessuto sociale e produttivo locale. In sintesi, si occupano di rendere disponibili in un negozio fisico e a prezzi accessibili prodotti di qualità, di prossimità – soprattutto biologici – e promuovere pratiche di consumo consapevole e sostenibile. Questo avviene attraverso l’impegno dei soci, che in quanto comproprietari e gestori impiegano a titolo volontario una porzione del loro tempo nelle diverse attività che coinvolgono la Food Coop.

La principale attività svolta dalle Food Coop è, quindi, relativa alla gestione materiale dell’emporio partecipativo e alle varie attività connesse. Gli orari di apertura, soprattutto per le Food Coop composte da pochi membri e/o neonate, sono ridotti rispetto a quelli dei supermercati tradizionali. Questo perché l’apertura e la gestione del supermercato stesso dipendono direttamente dalle ore di lavoro-volontario dei soci.

I soci, organizzati spesso in gruppi di lavoro specifici, possono decidere di impegnare le loro ore di volontariato svolgendo anche altre mansioni, come- ad esempio- occuparsi, tra le altre, di attività di comunicazione, amministrazione, formazione, progettazione, raccolta fondi. Si specifica che per quel che riguarda le attività che richiedono un’esperienza professionale specifica e per facilitare la gestione del negozio, la Food Coop, se possibile, assume personale dedicato. I dipendenti delle Food Coop italiane sono al momento limitati a una o due persone, che però possono aumentare all’ampliarsi delle dimensioni del negozio partecipativo.

Alla gestione del supermercato partecipativo queste realtà affiancano altre attività di tipo culturale, politico e sociale orientate a promuovere valori e temi affini a quelli su cui si fonda il modello Food Coop. Questi tipi di iniziative, a cui ad esempio lo statuto di *Camilla* dedica un articolo specifico, sono, di frequente, aperte anche ai non soci e riguardano eventi come cineforum, degustazioni, presentazioni di libri. Le Food Coop presenti sul territorio italiano si impegnano, inoltre, in attività e campagne di sensibilizzazione su temi sociali, ambientali e connessi al settore dell’economia sociale e del cibo, che cercano di avere ricadute significative sul territorio di riferimento. Un esempio è il progetto “Ce ne facciamo Cargo” ideato da *Stadera*. Attraverso una campagna di crowdfunding realizzata in collaborazione con Legacoop Romagna, Ecologia di Comunità e Ravenna Food, la Food Coop di Ravenna ha acquistato una cargo bike per consegnare alle mense sociali e ai dormitori della città eccedenze alimentari raccolte da negozi e attività di ristorazione con l’obiettivo di contribuire a combattere lo spreco di cibo sul territorio romagnolo.

Oltre al negozio fisico e alle iniziative proposte nei propri spazi e nel territorio circostante, si evidenzia che per le Food Coop altrettanto importanti sono le opportunità offerte dalle tecnologie digitali. Infatti, probabilmente a causa del contesto storico in cui queste si stanno sviluppando, le esperienze italiane individuate sono tutte molto attive nelle pagine dei principali social network e sui rispettivi siti web, che si configurano anche come piattaforme per acquistare prodotti. Un ulteriore strumento digitale utilizzato da *Camilla*, ad esempio, è *COSER* uno spazio digitale attraverso cui vengono gestiti i turni di lavoro-volontario dei soci (Sacchi et al., 2022).

In conclusione, le Food Coop sono senza dubbio tra i modelli organizzativi più interessanti tra quelli generalmente individuati all’interno del panorama delle AFN, riconfermando quanto messo in luce da alcuni studiosi sul potenziale di innovazione sociale e sperimentazione rappresentato da questi contesti (Morgan et al., 2008; Goodman et al., 2012). I supermercati partecipativi autogestiti sono in grado di rafforzare e valorizzare le relazioni e le reti alimentari

locali aumentandone la densità e l'intensità, di ridefinire il rapporto tra il mondo della produzione e del consumo di cibo e, in ultima istanza, di facilitare processi di cambiamento sociale nei sistemi alimentari locali (Coscarello, 2021). Tutto questo avviene con un approccio che mette al centro pratiche attente alla sostenibilità di prodotti e processi, partecipative e il più possibile "giuste" nei confronti di produttori e consumatori.

Le esperienze italiane del modello Food Coop, analogamente a quelle sviluppatesi in altri paesi europei, svolgono un ruolo fondamentale nel ricostruire anche le relazioni di fiducia e mutualistiche all'interno delle comunità (Coscarello, 2021). È attraverso queste esperienze dal basso che i cittadini cessano di essere consumatori passivi e attivano pratiche che costituiscono esempi concreti di ciò che in letteratura viene definita *food citizenship* (Wilkins, 2005) o *food democracy* (Hassanein, 2003).

Il potenziale di queste esperienze è molto importante in particolar modo in un contesto come quello italiano caratterizzato da un settore agricolo costituito da piccole e medie imprese (Coscarello, 2021), che rischiano di scomparire a causa della concorrenza di aziende multinazionali e delle pressioni del mercato della grande distribuzione.

2.8 Le Comunità energetiche

Informazioni generali

L'epoca in cui viviamo, sempre più caratterizzata dagli effetti negativi dovuti al cambiamento climatico, impone la necessità di una trasformazione nel campo della produzione e del consumo di energia. Una necessità ben espressa non solo a livello mondiale, ma anche e soprattutto a livello europeo, come dimostrato dalla pubblicazione del *Clean Energy for all Europeans Package* (2019), dalle successive direttive RED II e IEM – approfondite di seguito – nonché dai principali contenuti del *Next Generation Eu*, declinati anche all'interno del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) italiano, con particolare riguardo alla Missione 2 "Rivoluzione verde e transizione ecologica" (Magnani, Cittati, 2022). In questo contesto, le Comunità Energetiche Rinnovabili (CER) rappresentano un'opportunità straordinaria per i territori e le comunità che li abitano, non solo da un punto di vista, ovviamente, ambientale, ma anche economico e sociale. Le conseguenze degli eventi bellici di questi ultimi mesi hanno ulteriormente messo in evidenza il bisogno di rendere il nostro Paese sempre meno dipendente da risorse esterne.

Nello specifico, sfruttando e condividendo le fonti di energia rinnovabili (es. eolica, solare, termica, fotovoltaica, idraulica, marina, biomasse), le CER permettono sia di ridurre i costi di approvvigionamento per i soggetti coinvolti, ponendosi come strumento di contrasto alla povertà energetica, sia di rendere le comunità locali autonome riguardo al proprio fabbisogno energetico. In questo processo risulta di estrema rilevanza il ruolo svolto dai clienti finali, fino a poco tempo fa assolutamente estromessi dal sistema di determinazione e sviluppo delle politiche energetiche. Grazie a questo modello di produzione e consumo locale di energia, i clienti finali diventano *prosumer*, cioè "consumatori che partecipano attivamente alle fasi di produzione energetica, ovvero sono proprietari di un proprio impianto di produzione di energia, della quale il *prosumer* ne consuma una parte e ne immette in rete la restante, mettendola a disposizione dei consumatori fisicamente più vicini o anche accumulandola e restituendola alle unità di consumo nel momento più opportuno" (De Vidovich et al. 2021, p. 21-22).

Un simile cambio di prospettiva è stato indubbiamente favorito, come accennato in precedenza, dall'adozione in sede europea del *Clean Energy for all Europeans Package*, che prevede il raggiungimento di determinati obiettivi di decarbonizzazione e ricorso alle fonti rinnovabili entro il 2030 e il 2050 (Boulanger *et al.*, 2021). Sempre su questa scia si pongono le cosiddette direttive "rinnovabili", che normano il ruolo dei singoli cittadini e della comunità in generale sia sul tema dell'autoconsumo che su quello delle comunità energetiche.

Le due direttive sono la RED II (2018/2001/UE) e IEM (2019/944/UE). In riferimento al ruolo dei cittadini e alla necessità di allargare la platea dei soggetti che possono contribuire al raggiungimento dei target europei in materia ambientale, sia la IEM che la RED II designano la comunità come il soggetto meglio in grado di generare benefici ambientali, sociali ed economici per i suoi membri, piuttosto che la mera produzione di profitti finanziari.

In Italia il sistema delle CER è normato dalla L. 8/2020, che converte in legge l'articolo 42/bis del Decreto Milleproroghe (DL. 162/19) e che si pone come legge di recepimento anticipato della direttiva RED II. Attraverso tale recepimento, nonché tramite il modello di regolazione determinato dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA) e dal sistema di incentivazione individuato dal MISE, la L. 8/2020 definisce la possibilità di costituire – seppur in termini ancora sperimentali – modelli di autoconsumo collettivo e comunità energetiche. Successivamente, è poi intervenuto il D.lgs. 199/2021, in attuazione della stessa RED II, secondo cui: "l'obiettivo principale della comunità è quello di fornire benefici ambientali, economici o sociali a livello di comunità ai suoi soci o membri o alle aree locali in cui opera la comunità e non quello di realizzare profitti finanziari [...]; la partecipazione alle comunità energetiche rinnovabili è aperta a tutti i consumatori, compresi quelli appartenenti a famiglie a basso reddito o vulnerabili"³⁵.

Detto ciò, le CER sono date dall'unione di differenti soggetti (enti pubblici, aziende, cittadini privati) che scelgono di dotarsi di infrastrutture per la produzione di energia rinnovabile e di adottare modelli di consumo basati sulla condivisione. Appare evidente il punto di forza e la novità di questo modello che, infatti, non presuppone la mera soddisfazione del fabbisogno energetico, ma incentiva i meccanismi di responsabilità sociale, ambientale ed economica, puntando sulla partecipazione attiva della comunità nelle fasi di produzione, consumo e scambio di energia.

Questo modello di produzione dell'energia non è in realtà del tutto nuovo, ma affonda le sue radici nel modello delle cooperative di utenza impegnate nel settore dell'energia elettrica (elettricità, gas) sviluppatesi nell'arco alpino, ovvero le cosiddette "cooperative storiche", definite e normate da ARERA. Queste cooperative nascono tra il XIX e il XX secolo in aree del territorio italiano poco attrattive per investimenti sia di tipo pubblico che privato, perché a bassa densità di popolazione e di frequente esposte a rilevanti rischi naturali. In queste aree, gli abitanti si sono organizzati in forma cooperativa per sfruttare le risorse naturali (in genere, idriche) disponibili in loco e per realizzare proprie reti elettriche, svolgendo per i propri soci e la comunità nel suo complesso il servizio di produzione e distribuzione dell'energia elettrica. Queste cooperative si pongono, quindi, come operatori collettivi nati dall'associazione volontaria dei clienti finali volti al consumo dell'energia elettrica prodotta dagli impianti (o dall'impianto) di produzione di energia che deve essere nella disponibilità dell'associazione stessa. Secondo ARERA, oggi sono considerate cooperative storiche quelle cooperative di produzione e distribuzione di energia elettrica nate prima del 1999, anno di entrata in vigore del D.lgs. 79/1999. Quanto indicato da

³⁵ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/11/30/21G00214/sg>.

ARERA può essere interpretato in modo diverso se si guarda alla legge sulla nazionalizzazione dell'energia, ovvero la L. 1643/1962 istitutiva dell'ente nazionale per l'energia elettrica. Secondo quest'ultima, infatti, andrebbero considerate cooperative elettriche storiche solo quelle costituite prima del 1962.

Le Comunità energetiche in Italia

Analizzando i dati a disposizione sulla banca dati Aida³⁶ sul totale delle cooperative elettriche attive oggi a livello nazionale, risultano 130 le cooperative nate tra il 1905 e il 2021 e distribuite su tutto il territorio nazionale, da Nord a Sud, con una netta prevalenza in Trentino-Alto Adige (35%).

Tra queste, facendo riferimento al parametro di ARERA, troviamo 39 cooperative elettriche storiche, cioè quelle più vicine al modello attuale delle CER, costituite tra il 1905 e il 1999. Di queste, il 66% si trova in Trentino-Alto Adige (tabella 46, figura 38). Questo dato si restringe se si guarda, invece, al parametro fissato dalla legge sulla nazionalizzazione dell'energia, secondo cui anziché 39, le cooperative elettriche storiche, cioè quelle nate tra il 1905 e il 1962, sarebbero 17. La regione con il maggior numero di cooperative elettriche storiche rimane sempre il Trentino-Alto Adige, con il 60% (tabella 46, figura 38).

TABELLA 46. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE COOPERATIVE ELETTRICHE STORICHE

Cooperative elettriche storiche ARERA	1905 – 1999		Cooperative elettriche storiche L. 1643/1962	1905 – 1962	
	N.	%		N.	%
Trentino-Alto Adige	26	66,0	Trentino-Alto Adige	10	60,0
Piemonte	3	7,0	Piemonte	2	11,0
Friuli-Venezia Giulia	2	5,0	Friuli-Venezia Giulia	2	11,0
Lombardia	2	5,0	Lombardia	1	6,0
Valle d'Aosta	1	3,0	Valle d'Aosta	1	6,0
Abruzzo	1	3,0	Abruzzo	1	6,0
Veneto	1	3,0		-	-
Emilia-Romagna	1	3,0		-	-
Sicilia	2	5,0		-	-
Totale	39	100,0	Totale	17	100,0

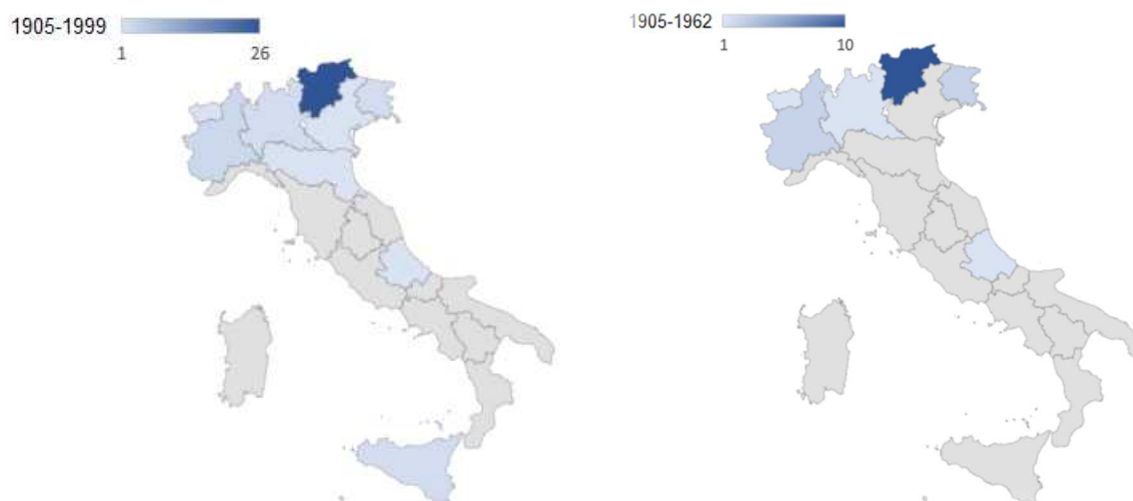
Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Fatta tale premessa, concentrando l'attenzione della presente analisi su quelle che oggi prendono il nome di CER e, tra queste, in particolare su quelle nate in osservanza della L. 8/2020, per la realizzazione della mappatura sono state utilizzate due differenti fonti che analizzano nel dettaglio questo tema: il Rapporto Legambiente (2021) "Comunità Rinnovabili" e la ricerca "Community Energy Map, una ricognizione delle prime esperienze di comunità energetiche rinnovabili" (2021) condotta da Luiss Business School e RSE (Ricerca Sistema Energetico). Nello specifico, il Report Luiss-RSE ne individua 48, di cui 23 pre-norma e 25 post-norma. L'analisi di Legambiente, invece, fa riferimento a 27 Comunità energetiche, di cui 20 già costituite e 7 considerate "in movimento", ovvero nelle fasi preliminari di costituzione, che vedono coinvolti enti pubblici, enti privati e singoli cittadini. Di queste 27 Comunità energetiche individuate nel

³⁶ Aida è la banca dati realizzata e distribuita da Bureau van Dijk e contiene i bilanci, i dati anagrafici e merceologici di tutte le società di capitale italiane attive, in liquidazione e cessate.

Rapporto Legambiente, 21 si ritrovano anche all'interno di quello Luiss-RSE. Le restanti 6 sono da considerarsi come CER nate in osservanza della L. 8/2020.

FIGURA 38. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE COOPERATIVE ELETTRICHE STORICHE – ARERA (1905-1999) E L. 1643/1962 (1905-1962)



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Incrociando queste due fonti con il numero di cooperative elettriche storiche fino al 1962, è possibile vedere come solo tre di queste siano presenti anche nel Rapporto Luiss-RSE e solo una in quello di Legambiente. Pertanto, includendo anche le altre, dall'incrocio dei tre dataset è possibile individuare un totale di 69 CER, sparse sul territorio italiano, di cui 31 – su cui si concentrerà l'analisi presentata di seguito – nate in osservanza della L. 8/2020 e 38 nate prima di tale norma (tabella 47 e figura 39). Nello specifico, tra queste ultime, costituitesi quindi precedentemente alla L. 8/2020, è possibile ritrovare differenti modelli di intraprendenza comunitaria impegnata nella produzione e distribuzione di energia che vanno dalle già citate cooperative storiche dell'arco alpino (es. CEDIS)³⁷ a progetti di auto-organizzazione locale tra cittadini, enti pubblici e organizzazioni private, nati dal desiderio di produrre, gestire e consumare energia generata da fonti rinnovabili in modo autonomo e condiviso, non solo per abbattere i costi della bolletta, ma per ricostruire un legame positivo tra ambiente, territorio e suoi abitanti (es. Cooperativa Energyland), fino a Comunità energetiche che nascono come cooperative di comunità, occupandosi quindi della produzione di energia insieme ad altri servizi per la comunità (es. cooperativa di Melpignano).

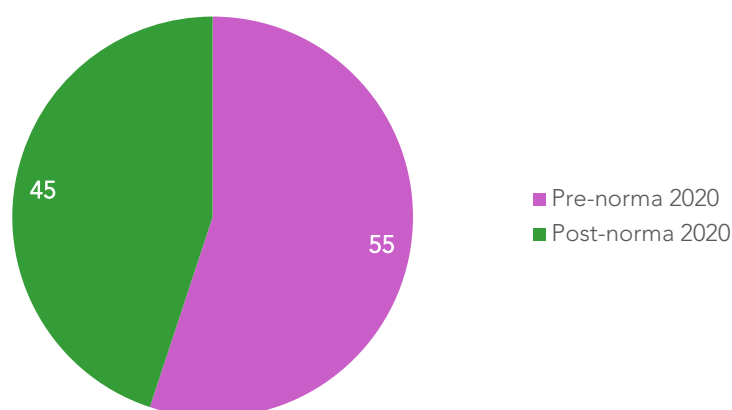
TABELLA 47. LE COMUNITÀ ENERGETICHE PRE E POST NORMA 2020

Comunità energetiche	N.	%
Comunità energetiche pre-norma 2020	38	54,4
Comunità energetiche Rinnovabili post-norma 2020	31	45,6
Totale	69	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

³⁷ Per ulteriori approfondimenti sulle cooperative storiche dell'arco alpino si veda, ad esempio, Spinicci, F. (2011a; 2011b).

FIGURA 39. LE COMUNITÀ ENERGETICHE PRE E POST NORMA 2020. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

In generale, le CER si concentrano principalmente nel Nord del Paese (tabella 48), dove nascono appunto le cooperative elettriche storiche. Tuttavia, grazie soprattutto alle “nuove” CER, oggi si assiste al crescere, come si vedrà meglio successivamente, di queste esperienze anche al Sud.

TABELLA 48. DISTRIBUZIONE DELLE COMUNITÀ ENERGETICHE PER MACRO-REGIONI E REGIONI

Macro-regioni	Comunità energetiche	Regione	Comunità energetiche
Nord-Ovest	16	Valle D’Aosta	1
		Piemonte	8
		Liguria	1
		Lombardia	6
Nord-Est	26	Trentino-Alto Adige	14
		Friuli-Venezia Giulia	3
		Veneto	4
Centro	5	Emilia-Romagna	5
		Toscana	1
		Marche	2
		Lazio	2
Sud e Isole	22	Abruzzo	2
		Campania	1
		Puglia	4
		Basilicata	1
		Calabria	1
		Sicilia	7
		Sardegna	6
Totale	69	Totale	69

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Se si analizza l’evoluzione delle comunità energetiche, facendo riferimento all’anno di costituzione delle stesse (tabella 49 e figura 40), è possibile mettere in evidenza come l’intraprendenza comunitaria orientata a fornire un servizio essenziale come quello energetico abbia preso avvio, come già indicato sopra, all’inizio del Novecento (per rispondere ad un

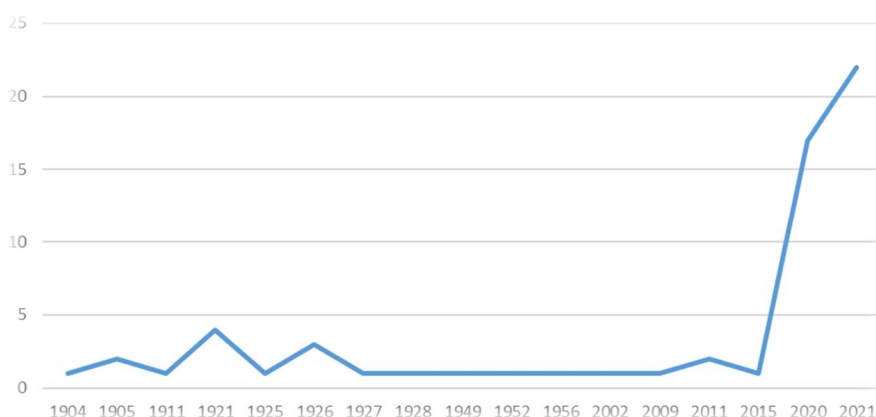
bisogno primario in zone marginali del Paese. Successivamente, tale intraprendenza ha subito una battuta d'arresto verso la fine degli anni Cinquanta (periodo in cui si avvia il processo di nazionalizzazione del servizio). È solo a partire dal 2009 che il fenomeno riprende nuovamente a svilupparsi (a seguito di una serie di programmi nazionali di incentivazione avviati nel 2005 e legati al Conto Energia)³⁸ fino ad arrivare agli ultimi due anni (2020-21) dove il tema dell'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili è diventato fondamentale tanto tra i policy maker quanto tra gli stessi cittadini.

TABELLA 49. NUMERO DI COMUNITÀ ENERGETICHE PER ANNO DI COSTITUZIONE

Comunità energetiche	N.	%
1904	1	1,5
1905	2	2,9
1911	1	1,5
1921	4	5,8
1925	1	1,5
1926	3	4,3
1927	1	1,5
1928	1	1,5
1949	1	1,5
1952	1	1,5
1956	1	1,5
2002	1	1,5
2009	1	1,5
2011	2	2,9
2015	1	1,5
2020	17	24,6
2021	22	31,9
2022	3	4,3
N/A	5	7,2
Totale	69	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 40. ANDAMENTO TEMPORALE DEL NUMERO DI COMUNITÀ ENERGETICHE PER ANNO DI COSTITUZIONE



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

³⁸ Il Conto energia, introdotto con la Direttiva comunitaria 2001/77/CE (e recepita in Italia con il D.l. 387 del 2003) è un programma europeo di incentivazione della produzione di energia da impianti fotovoltaici connessi alla rete elettrica (*grid connected*) per stimolare l'installazione di tali impianti fotovoltaici con il vantaggio di ricevere un compenso per l'energia elettrica prodotta dall'impianto fotovoltaico per un periodo di 20 anni, potendo rivenderla direttamente al gestore dei servizi elettrici. Per un approfondimento si rimanda al sito del GSE: www.gse.it/servizi-per-te/fotovoltaico/conto-energia.

Le Comunità Energetiche Rinnovabili

L'analisi presentata in questo paragrafo si focalizza sulle Comunità energetiche nate in osservanza della L. 8/2020. Si tratta, nello specifico, di 31 Comunità energetiche, che rappresentano quasi il 5% del totale delle Comunità Intraprendenti individuate dalla nostra mappatura.

TABELLA 50. LE COMUNITÀ ENERGETICHE RINNOVABILI IN ITALIA

Comunità Energetiche Rinnovabili	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale Comunità Energetiche Rinnovabili	31	4,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Di seguito si analizza la distribuzione delle CER sul territorio nazionale e le loro principali caratteristiche. Alla luce delle informazioni raccolte nella mappatura tra il 2020 e i primi mesi del 2022, il primo elemento, abbastanza scontato trattandosi di CER nate a seguito della norma introdotta nel 2020, è che il numero maggiore di nuove CER è nato nel 2021: 20 su 31 (tabella 51).

TABELLA 51. NUMERO DI COMUNITÀ ENERGETICHE PER ANNO DI COSTITUZIONE

CER	N.	%
2020	5	16,1
2021	20	64,5
2022	3	9,7
N/A	3	9,7
Totale	31	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

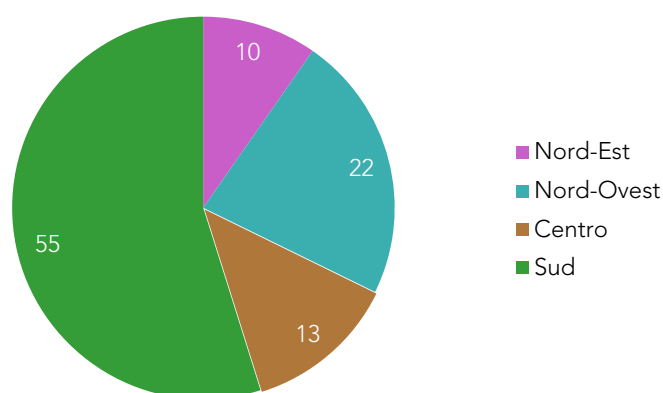
Per quanto riguarda la loro distribuzione geografica, le Comunità energetiche risultano essere un fenomeno più sviluppato nel Sud del Paese, a discapito del Centro e del Nord. Più nel dettaglio (tabella 52 e figura 41), il numero attualmente più basso di Comunità energetiche è rinvenibile nell'area del Nord-Est (Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna). Questo dato è interessante, perché, come discusso in precedenza, si tratta proprio delle zone caratterizzate da una notevole presenza di cooperative elettriche storiche, considerate principalmente come cooperative di utenza impegnate nel settore dell'energia elettrica, piuttosto che Comunità energetiche come vengono intese oggi.

TABELLA 52. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE CER PER AREE GEOGRAFICHE

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	6	22,0
Nord-Est	4	10,0
Centro	4	13,0
Sud	17	55,0
Totale	31	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 41. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE CER PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Tuttavia, la ragione di uno sviluppo (almeno fino ad oggi) più limitato in queste aree del modello delle attuali CER potrebbe essere individuata nella già radicata presenza sia di società e consorzi pubblici sia di un sistema di produzione e consumo di energia che presuppone il coinvolgimento della comunità. In quasi tutte le cooperative elettriche storiche i soci corrispondono al numero di abitanti dei territori (comuni o valli) dove queste sono radicate.

TABELLA 53. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE CER

	N.	%
Abruzzo	1	3,2
Basilicata	1	3,2
Calabria	1	3,2
Campania	1	3,2
Emilia-Romagna	1	3,2
Friuli-Venezia Giulia	1	3,2
Lazio	2	6,5
Liguria	1	3,2
Lombardia	2	6,5
Marche	2	6,5
Piemonte	3	9,7
Puglia	3	9,7
Sardegna	3	9,7
Sicilia	7	22,6
Trentino-Alto Adige	2	6,5
Totale	31	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Contemporaneamente, l'elevata presenza di CER nelle regioni meridionali del Paese (il 55% del totale delle CER è distribuito tra Abruzzo, Puglia, Basilicata, Calabria, Campania, Sardegna e Sicilia) (tabella 53 e figura 42) potrebbe essere imputato principalmente a due obiettivi di lungo periodo. Il primo, riguarda la necessità di investire in questo settore per risolvere alcuni dei problemi evidenziati in precedenza (come autonomia e contrasto alla povertà energetica). Il

secondo, potrebbe essere legato all'elevata opportunità di poter sfruttare maggiori e differenti fonti rinnovabili di energia di cui questi territori dispongono, non solo energia idroelettrica (fortemente presente nell'arco alpino), ma anche energia marina e, soprattutto, energia solare ed eolica con maggiore continuità durante tutto il periodo dell'anno.

FIGURA 42. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DELLE CER



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

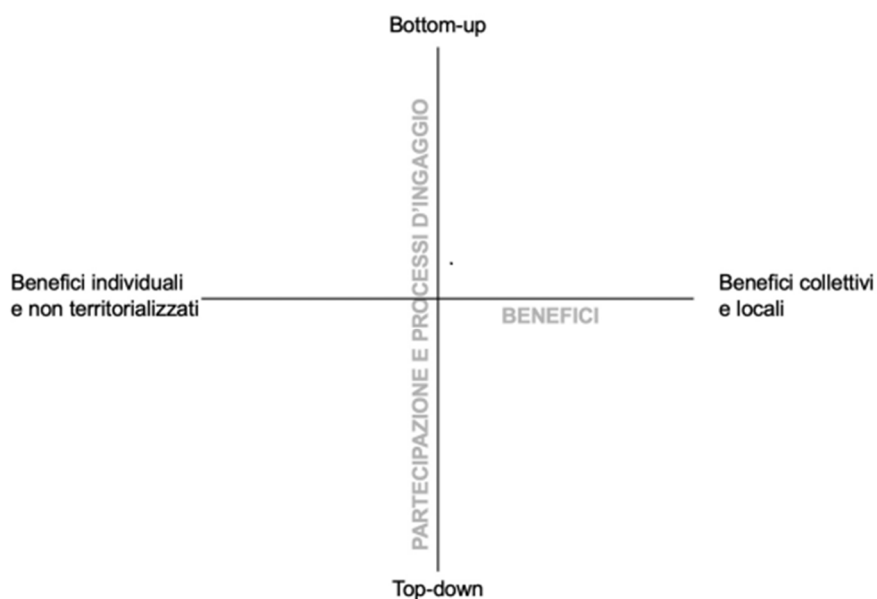
Principali modelli e caratteristiche

Come anticipato in sede introduttiva, le Comunità energetiche, condividendo tra i vari attori coinvolti la produzione e distribuzione di energia da fonti rinnovabili, determinano importanti vantaggi non solo in termini ambientali, ma anche economici, permettendo un abbattimento dei costi legati all'energia, e soprattutto sociali, fornendo risposte ai bisogni espressi a livello locale dalla comunità. Questi vanno dal contrasto alla povertà energetica alla possibilità di erogare servizi di welfare locale per la collettività, passando per la creazione di un sistema di democrazia partecipata dal basso, indispensabile per lo sviluppo socio-economico dei territori di riferimento.

Da questo punto di vista, il Report Luiss-RSE analizza il modello delle CER guardando a due aspetti fondamentali: (i) il livello di partecipazione dei cittadini, per cui si distinguono i processi di costituzione delle CER e (ii) la tipologia di benefici che la costituzione della CER assicura ai vari stakeholder, per cui si distinguono benefici collettivi (che rimangono nel territorio) e benefici individuali (non necessariamente legati al territorio). Dall'incrocio tra le due dimensioni emergono quattro quadranti, espressione dei diversi modelli di CER (De Vidovich *et al.* 2021). Come è possibile vedere nella figura 43, a sinistra si collocano i benefici individuali e in basso le azioni *top down*, cioè guidate da attori in qualche modo considerati "esterni alla comunità". Le CER che si collocano nel quadrante in basso a sinistra, quindi, sono caratterizzate dall'assenza di benefici collettivi e il vantaggio per i cittadini coinvolti risulta essere il minimo indispensabile. Peraltro, in questo modello giocano un ruolo fondamentale le asimmetrie informative. Il quadrante in alto a sinistra, si caratterizza, invece, per un approccio di tipo *bottom up*, che vede cioè l'attivazione


diretta da parte dei cittadini. Tuttavia, essendo i benefici individuali, l'obiettivo principale risulta essere la massimizzazione del profitto. Al contrario, a destra, si collocano i benefici collettivi e territorializzati. Nello specifico, nel quadrante in basso a destra si ritrovano quei modelli di CER nati grazie ad una forte attivazione degli enti locali che si impegnano per promuovere e sostenere economicamente la nascita delle Comunità energetiche. Se guardiamo alla partecipazione degli abitanti, anche questo modello non è del tutto esente da limiti, dal momento che, in alcuni territori, potrebbe risultare poco efficace il coinvolgimento attivo dei diretti interessati (cittadini e organizzazioni locali), che si limitano a rispondere positivamente ad un intervento proposto "da altri", senza una reale partecipazione attiva in termini decisionali o di investimento. Un aspetto, questo, che è invece necessario affinché si parli non solo di Comunità energetica, ma soprattutto, per gli obiettivi di questo lavoro, di Comunità Intraprendente. Infine, nel quadrante in alto a destra si trova quello che può essere considerato il modello idealtipico verso cui bisognerebbe tendere parlando di Comunità Intraprendenti: un modello che nasce dagli attori locali, dal loro coinvolgimento, cooperazione e desiderio di vivere attivamente il proprio territorio per generare benefici collettivi locali e partecipati.

FIGURA 43. QUADRO DESCRITTIVO DEL FRAMEWORK ANALITICO PER LA CLUSTERIZZAZIONE DEI MODELLI DI CER



Fonte: De Vidovich et al., 2021.

Sulla base di questa classificazione, emergono alcune riflessioni importanti che necessitano di approfondimenti futuri e a cui sarà dedicato il prossimo Rapporto specifico dedicato alle CER. Innanzitutto, accanto all'analisi degli attori che facilitano la costituzione delle CER, stimolando e accompagnando i processi partecipativi della comunità, è necessario ragionare sulle diverse strategie e modalità di coinvolgimento dei membri della comunità che sono o possono essere adottati (chi è coinvolto, con che modalità e con quale grado e intensità), sugli strumenti utilizzati (e sul ruolo del pubblico e dei privati) per finanziare gli impianti, sulle ricadute sociali delle azioni perseguite (quali effetti diretti e indiretti generano le CER) e sulle forme giuridiche che una CER può adottare (per capire se alcune possono essere più idonee di altre a seconda degli obiettivi da perseguire).



In merito a questo ultimo aspetto, guardando alle prime esperienze italiane di Comunità Energetiche, o a quanto già realizzato in altri Paesi (es. Germania), il riferimento naturale è al modello cooperativo. Tuttavia, parlare oggi del mondo della cooperazione significa riferirsi ad un insieme piuttosto variegato di forme giuridiche: dalle cooperative tradizionali di utenza alle cooperative sociali, fino alle cooperative di comunità. Accanto a queste, poi, sempre impostate sulla cooperazione come meccanismo di coordinamento (Borzaga e Tortia, 2017) più che come forma giuridica, troviamo anche le imprese sociali e le Associazioni di Promozione Sociale. Ponendosi dunque come le realtà che meglio possono proporre e gestire Comunità energetiche, soprattutto in termini di *community building*, le cooperative entrano a pieno titolo nel tema e nella responsabilità di contribuire positivamente alla transizione ecologica.

Nello specifico, due sono le caratteristiche proprie del modello cooperativo che giustificano l'ipotesi secondo cui questa potrebbe essere la forma giuridica più funzionale per la gestione delle CER, specie con la nuova riforma introdotta a fine 2021, che consente (spostando il perimetro della CER dalla cabina secondaria di trasformazione a quella primaria) di ampliare il raggio d'azione di una CER, includere più soggetti e rendere più sostenibili le nuove installazioni. Innanzitutto, si noti come le cooperative siano chiamate al rispetto del principio della "porta aperta", nonché dell'impossibilità di stabilire all'interno dello statuto un numero predeterminato di soci e ciò fa sì che tutti i membri della comunità possano entrare a far parte della CER in qualsiasi momento. In secondo luogo, il modello cooperativo garantisce la partecipazione attiva e democratica dei soci non solo nella gestione dell'organizzazione, ma anche nella definizione delle strategie fondamentali da perseguire: dalla scelta della fonte rinnovabile da utilizzare (tenendo conto non solo delle risorse a disposizione, ma anche dei differenti impatti che queste possono avere nella comunità) all'impegno finanziario da richiedere ai soci, fino ad arrivare alla determinazione degli obiettivi secondari che una CER potrebbe perseguire e, quindi, alla destinazione degli eventuali utili generati dall'attività di produzione. È qui che si innesta, infatti, il grande vantaggio in termini sociali già citato in riferimento alle CER. Con gli utili generati è possibile che la CER preveda e sviluppi servizi di altra natura per la comunità stessa: servizi socio-assistenziali, educativi, culturali, relativi alla mobilità sostenibile.

Ma questo riguarda soprattutto il prossimo futuro con l'applicazione della nuova normativa. Ad oggi, infatti, potendo costituire CER solo di piccole dimensioni (oltre al vincolo della cabina secondaria era previsto un limite di potenza degli impianti che possono partecipare alla CER di 200 kW, oggi passato a 1.000 kW), dal momento che comunque lo scopo di una Comunità energetica non può essere il profitto, queste hanno prevalentemente assunto la forma associativa e, nello specifico, quella dell'associazione non riconosciuta, così da ridurre il più possibile le spese di gestione delle stesse piccole CER attraverso un'entità legale più semplice da gestire da un punto di vista burocratico.

In sintesi, grazie alle CER oggi è possibile dare vita a veri e propri impianti energetici locali basati non più sui modelli dominanti e standardizzati, ma su soluzioni innovative capaci di adattarsi ai bisogni specifici che ogni comunità esprime. Come questo si realizzerà nel concreto dipenderà, però molto, dalle normative in atto e dai futuri provvedimenti attuativi. Solo in seguito sarà possibile analizzare la reale diffusione delle CER e la loro capacità di essere uno strumento fondamentale per combattere l'emergenza climatica, la povertà energetica e, soprattutto, promuovere l'autonomia energetica delle comunità.

2.9 I FabLab

Informazioni generali

A più di vent'anni dalla sua nascita, il fenomeno dei cosiddetti FabLab, termine che deriva dalla contrazione di *Fabrication* e *Laboratory*, si è diffuso a livello mondiale includendo queste esperienze tra gli attori principali nel campo dell'innovazione. Il primo FabLab è stato creato alla fine degli anni Novanta nel *Center for Bits and Atoms* (CBA) del Massachusetts Institute of Technology (MIT) su iniziativa di Neil Gershenfeld (Morel e Le Roux, 2016).

Dal 2001, il *MIT Media Lab* ha dato vita al programma "Fab Lab" i cui principi sono enunciati in una Carta che ha come obiettivo la promozione di una rete globale di Fab Lab³⁹. In generale, i FabLab possono essere definiti dei laboratori artigianali, aperti al pubblico, in cui sono presenti strumenti e servizi per la fabbricazione digitale, ovvero la trasformazione dei dati in oggetti e viceversa (Manzo e Ramella, 2015). In questi spazi, gli utenti possono ideare, produrre e testare oggetti sperimentando tecniche diverse, autonomamente o con gli altri membri della comunità di maker, sulla base delle due dimensioni che convivono in questo luogo, ovvero il DIY (*Do It Yourself*) e il DIWO (*Do It With Others*). I FabLab rappresentano, quindi, ambienti di sperimentazione e apprendimento votati all'innovazione e alla cooperazione che favoriscono la condivisione e l'accesso aperto alla conoscenza. Le particolari caratteristiche di questo ambiente, in cui è possibile condividere sia il lavoro intellettuale che il lavoro fisico, permettono l'emergere di una figura originale: il *prosumer*⁴⁰, un consumatore-produttore che, nel contesto dei FabLab, diventa un utente-innovatore, portatore di conoscenze e competenze al servizio della comunità del territorio (Morel e Le Roux, 2016). Questo aspetto è rilevante non solo dal punto di vista sociale, ma anche per il tessuto economico del luogo, nello specifico per le imprese di piccole dimensioni che frequentemente non dispongono di aree dedicate ai servizi di ricerca e sviluppo o innovazione.

I FabLab sono peculiari tipologie di *Maker Space* che si distinguono per una marcata specializzazione nelle tecnologie digitali per la prototipazione rapida.

Oltre a ciò, svolgono diverse attività, tra cui la condivisione e formalizzazione di progetti, l'organizzazione di occasioni di formazione, la produzione di oggetti, l'elaborazione di soluzioni a problemi socio-economici locali. Queste realtà possono svilupparsi in varie forme e rivolgersi a molteplici tipi di pubblico, tra cui singoli utenti, imprese di piccole e medie dimensioni, scuole e Università.

Per cercare di dare omogeneità e definire più precisamente il fenomeno e le diverse esperienze che adottano il termine FabLab per descriversi, il MIT ha elaborato quattro condizioni che le organizzazioni devono soddisfare per utilizzare l'etichetta e il logo *MIT-Fabcentral*. In particolare, questi spazi devono: (i) essere aperti al pubblico; (ii) seguire i principi della Carta pubblicata dal MIT; (iii) condividere strumenti e processi comuni; (iv) partecipare alla rete "Fab Lab".

Se le prime tre condizioni servono per identificare e distinguere in modo chiaro i FabLab da altre organizzazioni simili, il quarto aspetto è funzionale a rendere gli utenti membri di una

³⁹ Per un approfondimento su tali principi si rimanda al seguente sito: <http://fab.cba.mit.edu/about/Charter/>.

⁴⁰ Il termine *prosumer* è un neologismo coniato da Alvin Toffler nel suo libro del 1980, *The Third Wave* per descrivere la figura del consumatore-produttore.

comunità al tempo stesso globale e locale che si rivela il motore fondamentale per lo sviluppo di questi particolari laboratori di innovazione.

In sintesi, si tratta di esperienze che “nascono per portare la *Digital Fabrication* e la cultura *Open Source* in un luogo fisico” (Vittoria e Napolitano, 2017, p. 81) dove è possibile sperimentare individualmente o con il supporto di altre persone e innescare processi di produzione partecipativa. In questi luoghi convivono due tipi di innovazione: una dimensione relativa all’innovazione tecnica, preziosa per alimentare l’imprenditorialità locale, e una dimensione di innovazione sociale, che facilita l’emergere di approcci creativi e iniziative orientate all’apprendimento di nuove competenze e alla collaborazione (Manzo e Ramella, 2015).

I FabLab in Italia

Nel panorama italiano i FabLab emergono come un fenomeno recente. Infatti, se nel resto d’Europa è possibile riscontrarne la presenza dal 2008, in Italia è solo nel 2014 – in seguito ad eventi quali “Stazione Futuro”, tenutosi a Torino nel 2011 e la “Maker Faire” svoltasi a Roma nel 2013 – che vengono fondati i primi laboratori digitali.

Seppur in ritardo di qualche anno rispetto alla media europea, l’Italia si sta confermando un contesto particolarmente fertile per la creazione e la proliferazione di questi nuovi attori nel campo dell’innovazione. Da anni il territorio italiano spicca a livello mondiale ed europeo, posizionandosi al secondo posto dietro la Francia, per numero di FabLab. Questo dato sorprende se si considera che anche nel 2021, da quanto evidenziato dall’*European Innovation ScoreBoard*, lo stato italiano figurava tra i Paesi poco innovatori (*Moderate Innovators*) (European Commission, 2021).

TABELLA 54. I FABLAB IN ITALIA

FabLab	N.	%
Totale Comunità Intraprendenti	687	100,0
Totale FabLab	134	20,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

A otto anni dal primo Censimento pubblicato, che comprendeva 70 laboratori in totale, attraverso la mappatura svolta è possibile affermare che i FabLab presenti sul territorio nazionale sono quasi raddoppiati raggiungendo le 134 unità (tabella 54). Inoltre, grazie a questo incremento, i FabLab rappresentano una percentuale rilevante (20%) delle Comunità Intraprendenti mappate sul territorio nazionale da questa indagine (tabella 54).

Una tale numerosità è motivata, in primo luogo, dalla moltiplicazione di queste esperienze avvenuta negli ultimi anni, in particolare dal 2014 in poi (tabella 55). Il periodo della crisi economica ha svolto una funzione di acceleratore in questo processo. In tale contesto, i FabLab sono stati percepiti sia dai fondatori che dagli utenti come una’opportunità lavorativa e di formazione utile da sfruttare nel mercato del lavoro (Ramella e Manzo, 2018). Com’è possibile osservare dalla tabella 55, i primi FabLab iniziano ad apparire timidamente in Italia tra il 2012 e il 2013, ma è, appunto, nel 2014 (18,7%) e nel 2015 (17,9%) che il fenomeno raggiunge il picco. Negli anni che seguono, dal 2017 in poi, questo tipo di realtà continuano a diffondersi, seppur con ritmi meno intensi.

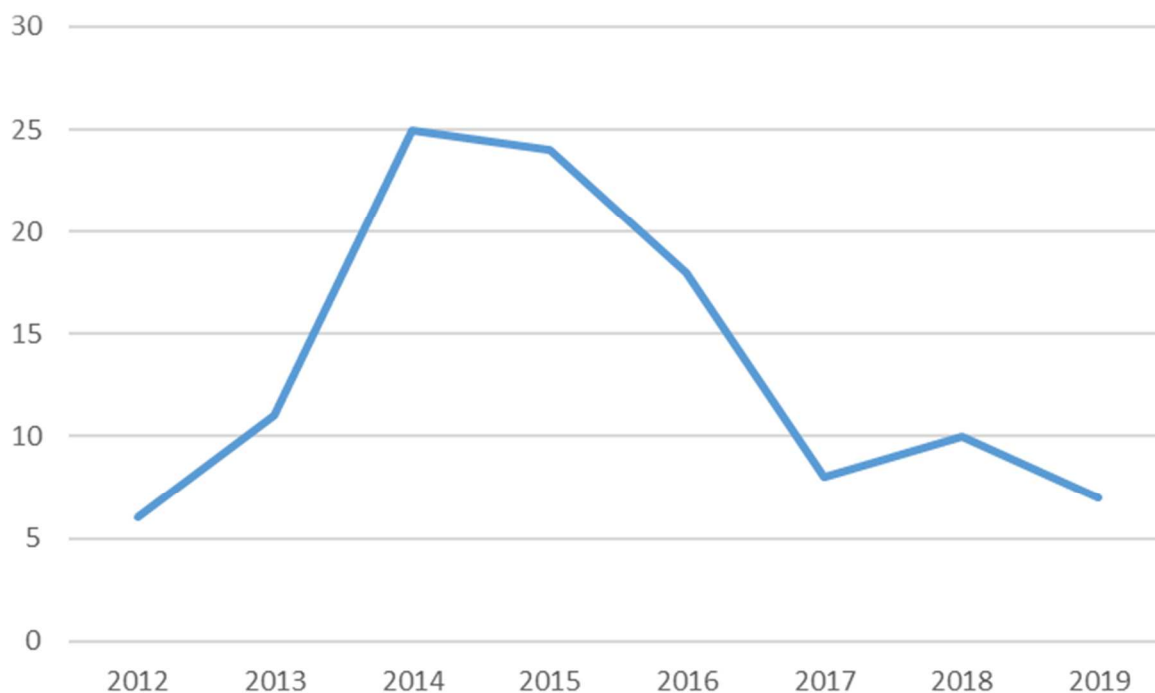
Studi precedenti hanno individuato tra le ragioni di questa rapida diffusione tre elementi principali: (i) la rilevanza dell'artigianato e delle piccole e medie imprese manifatturiere per il tessuto economico italiano, (ii) la commistione tra livelli elevati di istruzione e di capitale sociale che hanno facilitato l'iniziativa dal basso, e (iii) l'offerta limitata di questo tipo di servizi a causa delle insufficienti risorse indirizzate al settore della ricerca e dell'alta formazione (Manzo e Ramella, 2015). Inoltre, da quanto emerso da questo studio preliminare, un ruolo importante è stato giocato dall'intervento del settore pubblico per lo sviluppo di laboratori digitali per l'innovazione, specialmente in alcune regioni del Paese.

TABELLA 55. FABLAB ITALIANI PER ANNO DI COSTITUZIONE

Anno	N.	%
2012	6	4,5
2013	11	8,2
2014	25	18,7
2015	24	17,9
2016	18	13,4
2017	8	6,0
2018	10	7,5
2019	7	5,2
N/A	25	18,6
Totale	134	100

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 44. ANDAMENTO COSTITUZIONE FABLAB



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Distribuzione geografica

Alla luce dei dati ottenuti si osserva che la maggioranza dei 134 FabLab italiani mappati, nello specifico il 36,5%, si trova nell'area del Nord-Est. Nel resto d'Italia il fenomeno si è sviluppato abbastanza uniformemente: nel Nord-Ovest troviamo il 18,7% dei laboratori, mentre sia al Centro che al Sud il 22,4% (tabella 56). Da un primo sguardo alla distribuzione regionale, è possibile rilevare alcuni elementi di continuità e altrettanti cambiamenti in merito alla geografia del fenomeno rispetto al primo Censimento effettuato da Menichelli e Ranellucci (2014).

Come nel primo Censimento anche oggi, accorpare Nord-Ovest e Nord-Est, che contano rispettivamente 25 e 49 laboratori digitali, l'area del Nord Italia risulta quella in cui i FabLab si sono diffusi maggiormente. Tuttavia, se nel 2014 la regione con la maggiore concentrazione era la Lombardia (15,7%), seguita da Emilia-Romagna e Piemonte (entrambe con l'11,4%), Lazio (10%), Toscana (8,5%) e Veneto (7,1%), al 2021 i dati di questa indagine forniscono una fotografia differente (tabella 56).

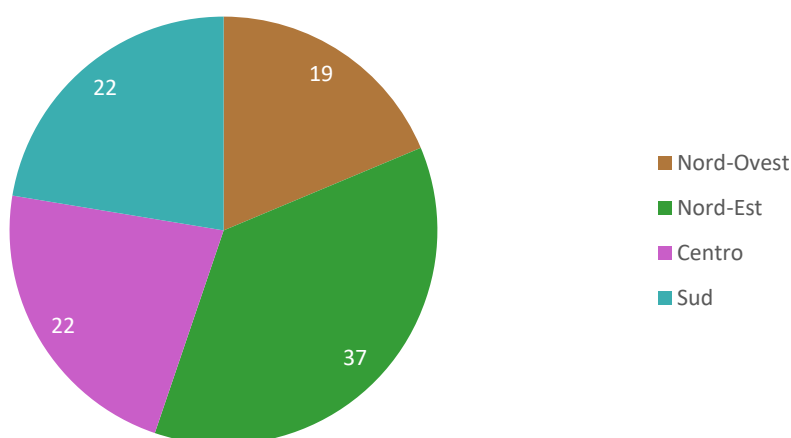
Il numero più elevato di laboratori digitali è stato riscontrato in Emilia-Romagna e Veneto, che ospitano rispettivamente il 15% di FabLab sul totale, mentre il secondo posto è occupato dal Lazio, con il 14,1%. La Lombardia è passata dal primo al terzo posto con il 10,4%, seguita da Piemonte (6%) e Sardegna (6%) (tabella 57).

TABELLA 56. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FABLAB

Macro-regioni	N.	%
Nord-Ovest	25	18,7
Nord-Est	49	36,5
Centro	30	22,4
Sud	30	22,4
Totale	134	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 45. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEI FABLAB PER AREE GEOGRAFICHE. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Alla base della variazione della distribuzione geografica – accanto alle iniziative private e ai fattori contestuali che rendono alcune aree più predisposte di altre alla creazione di queste realtà – è emerso il supporto degli enti pubblici a livello regionale, locale e nazionale nel favorire la proliferazione dei FabLab. Tra gli attori pubblici maggiormente impegnati in questo senso compaiono la Regione Veneto, che in seguito all’approvazione delle “Linee guida per L’Agenda Digitale del Veneto” ha definito strategica la costituzione di Laboratori Digitali e finanziato 17 FabLab per aumentare le potenzialità di innovazione del tessuto imprenditoriale regionale; la Regione Lazio, che dal 2016 ha creato all’interno degli spazi di LaziInnova un circuito di otto FabLab regionali, in cui è possibile realizzare prototipazioni rapide, sperimentare tecnologie legate alla fabbricazione digitale e ricevere servizi di incubazione di impresa e start up. A livello locale, nel 2017 il Comune di Milano ha pubblicato un bando per finanziare enti impegnati nello sviluppo di forme innovative di lavoro, tra cui i FabLab. Si evidenzia, inoltre, l’iniziativa del 2016 del Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca a sostegno delle scuole primarie e secondarie di secondo grado per stimolare la nascita di spazi di apprendimento orientati alla fabbricazione digitale.

Un ulteriore fattore che può aver contribuito allo sviluppo dei FabLab nelle regioni menzionate precedentemente è la costituzione di reti a livello regionale e locale. La prima ad essere fondata è stata Mak-ER, rete che riunisce nove dei FabLab attivi sul territorio Emiliano-Romagnolo. A questa si sono aggiunte successivamente Toscana FabLab Network, FabLab Roma e altre reti informali attive principalmente in Veneto ed Emilia-Romagna.

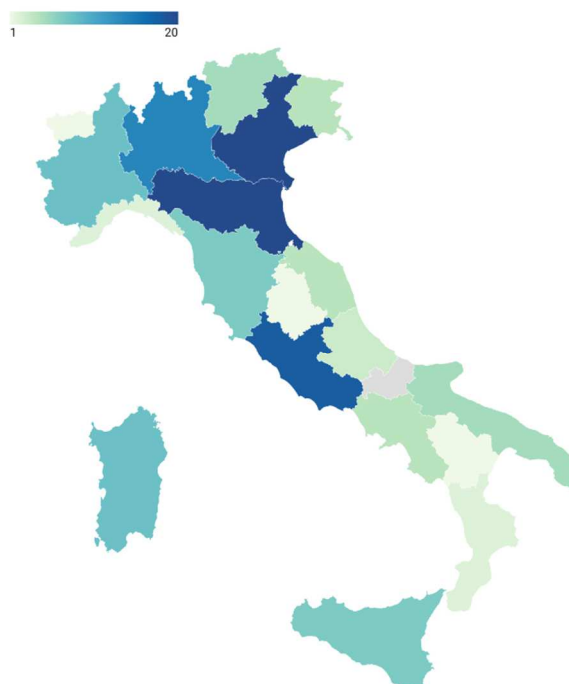
Analizzando i dati a livello regionale è interessante notare che dopo il Lazio, la Lombardia, il Piemonte e le grandi regioni del Nord-Est, le aree con il più alto numero di FabLab si concentrano al Sud, in particolare in Sicilia e Sardegna (tabella 57).

TABELLA 57. DISTRIBUZIONE REGIONALE DEI FABLAB

Regione	N.	%
Abruzzo	3	2,2
Basilicata	1	0,8
Calabria	2	1,6
Campania	4	3,1
Emilia-Romagna	20	15,0
Friuli-Venezia Giulia	4	3,1
Lazio	18	13,4
Liguria	2	1,5
Lombardia	14	10,4
Marche	4	3,1
Piemonte	8	6,0
Puglia	5	3,7
Sardegna	8	6,0
Sicilia	7	5,2
Toscana	7	5,2
Trentino-Alto Adige	5	3,1
Umbria	1	0,8
Valle D’Aosta	1	0,8
Veneto	20	15,0
Totale	134	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 46. DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER REGIONE DEI FABLAB



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Una fotografia preliminare del contesto italiano conferma quanto già osservato da precedenti studi che rintracciano tra gli ambienti in cui la presenza di queste realtà è maggiore i grandi centri metropolitani e città di piccole e medie dimensioni in cui il settore manifatturiero è ben sviluppato. In generale, è possibile affermare che a livello regionale i capoluoghi di regione, soprattutto Milano e Roma – in cui si contano rispettivamente 8 e 11 laboratori digitali – rappresentano dei poli attrattori di questo tipo di esperienze. Nel resto d'Italia questa tendenza si è rilevata meno marcata. Nell'area del Nord-Ovest i comuni interessati dal fenomeno sono principalmente le grandi città e in parte minore le aree periferiche. Lo stesso vale per il Nord-Est ad eccezione del Veneto, in cui le esperienze in oggetto sono distribuite in modo eterogeneo nel territorio. Se si considera il Centro Italia, escluso il Lazio, si osserva un'equidistribuzione tra il numero di FabLab presenti nei comuni di grandi città e quelli periferici. Al Sud, invece, queste esperienze si sono sviluppate maggiormente nei comuni di città medio-grandi.

Un elemento peculiare riscontrato in molte delle esperienze distribuite in tutta Italia è la stretta interazione con l'ambiente circostante, in particolare con il tessuto economico, sociale e culturale. I FabLab italiani si caratterizzano per la tendenza a intervenire nel territorio in base ai bisogni e alle risorse presenti, a fare rete e ad attivare sinergie con attori pubblici e privati, modellandosi a seconda del contesto in cui operano.

Forme giuridiche

La forma giuridica con la quale i FabLab scelgono di organizzarsi dipende spesso dal contesto in cui si sviluppano, dai soggetti promotori e dal tipo di attività che intendono portare avanti. Come è possibile osservare dalla tabella 58 la maggior parte dei FabLab italiani, precisamente il 33,6%, si avvale di un assetto di tipo associativo. Infatti, dei 134 FabLab attivi 45 sono associazioni, suddivise tra APS (32) e associazioni culturali (13). Il dato in questione è strettamente connesso e

conferma quanto già rilevato da altri studi, che hanno sottolineato la natura associativa su base volontaristica di molti laboratori (Manzo e Ramella 2015; Ramella e Manzo 2018). Questo elemento, espressione del livello di mobilitazione dei cittadini nei confronti della comunità e dell'impegno a diffondere conoscenza sulla fabbricazione digitale, rappresenta sia il punto di forza che uno dei principali fattori di fragilità di questo tipo di organizzazioni. L'impegno volontario se, da un lato, è una risorsa importante per alimentare la coesione e il capitale sociale di una comunità, dall'altro, rende la gestione di questi enti instabile e poco strutturata.

I FabLab che si costituiscono sotto forma di associazione non possono erogare servizi nei confronti di terzi. Tuttavia, è possibile notare che alcuni enti rispondono a questo limite configurandosi come spazi in cui è possibile trovare professionisti che individualmente possono fornire consulenza ad aziende e privati. Dal punto di vista della distribuzione geografica, il modello associativo è presente in modo pressoché uniforme in tutto il paese, con una concentrazione lievemente sopra la media nel Sud Italia.

Una porzione significativa dei FabLab italiani, il 22,4%, è organizzata come società di persone o di capitali. In particolare, sono al momento attivi 30 laboratori digitali che hanno optato per questi tipi di forma giuridica e sono in gran parte società per azioni (25 enti sul totale). In questi casi la "componente comunitaria" di cui si è accennato prima è sicuramente meno marcata. Dal punto di vista della distribuzione sul territorio nazionale, questo tipo di realtà sono principalmente concentrate nel Nord Italia, mentre sono decisamente più rare al Sud, area che conta solo tre casi sul totale delle realtà intercettate.

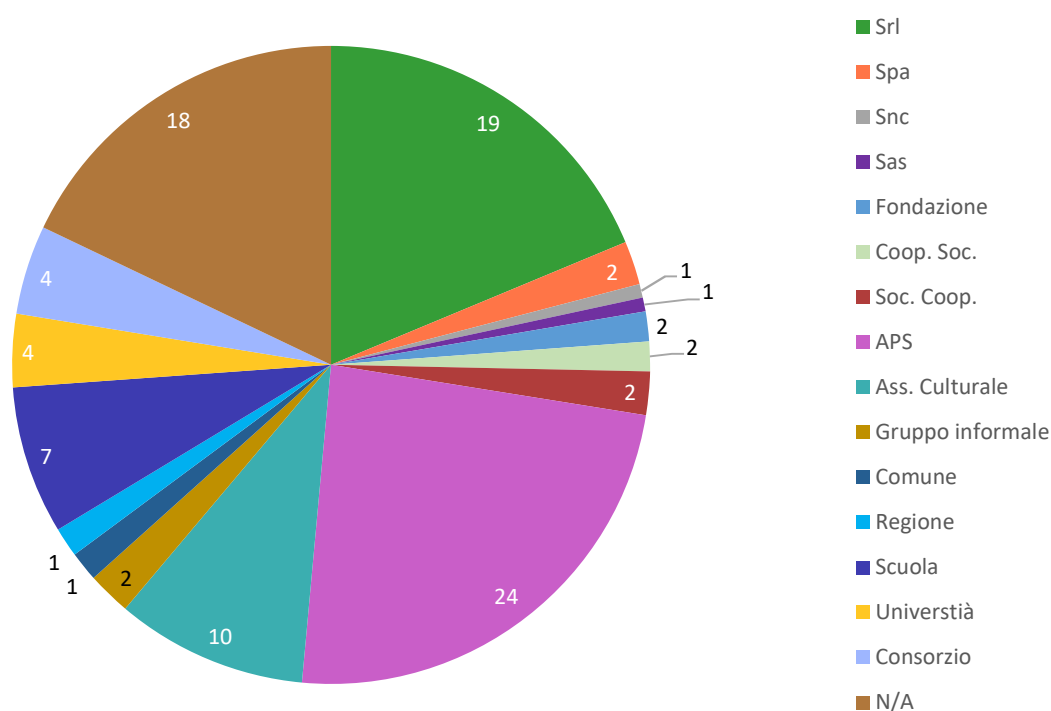
Si evidenzia, inoltre, la presenza di FabLab a gestione pubblica all'interno di scuole, Università e spazi di proprietà di Comuni e Regioni. Si tratta di 19 casi, quindi il 14% del totale: due a gestione comunale e due regionale, dieci gestite da scuole e cinque da Università, e sono uniformemente diffuse in tutta Italia ad eccezione dell'area del Nord-Ovest.

TABELLA 58. FABLAB PER FORMA GIURIDICA

Forma giuridica	N.	%
Srl	25	18,7
Spa	3	2,2
Snc	1	0,8
Sas	1	0,8
Fondazione	2	1,5
Coop. Soc.	2	1,5
Soc. Coop.	3	2,2
APS	32	23,9
Ass. Culturale	13	9,7
Gruppo informale	3	2,2
Comune	2	1,5
Regione	2	1,5
Scuola	10	7,5
Università	5	3,7
Consorzio	6	4,5
N/A	24	17,9
Totale	134	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 47. FORMA GIURIDICA DEI FABLAB. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Tipologia di FabLab e principali settori di attività

Come già accennato i FabLab sono enti di natura multiforme. Un primo importante elemento che li distingue è sicuramente relativo alle dinamiche che portano alla loro creazione. Tra le esperienze mappate sono stati individuati tre modelli, identificabili a seconda del soggetto promotore:

- FabLab di tipo *bottom-up*, che si sono costituiti grazie a iniziative private, ad esempio di un gruppo di persone, di una comunità, di enti non profit o for-profit di uno specifico territorio;
- FabLab di tipo *top-down*, la cui nascita è stata innescata e finanziata attraverso bandi di enti pubblici a livello nazionale, regionale e comunale, da fondazioni o da Università;
- Fab Lab misti che nascono dalla collaborazione e il co-finanziamento da parte di enti pubblici e privati. Un esempio sono le esperienze di collaborazione tra fondazioni ed enti comunali, associazioni o consorzi ed enti regionali.

I laboratori digitali possono assumere una forma imprenditoriale, istituzionale, o associativa e, spesso, è proprio la tipologia di soggetto promotore che può determinare il modello di governance in base a cui è organizzato il FabLab. Il modello di gestione adottato è importante, come in altri casi di Comunità Intraprendenti mappate, perché influisce sull'operatività e sulle attività svolte e promosse dalle diverse esperienze. Ad esempio, è possibile notare come i FabLab di tipo associativo e istituzionale, seppure diversi per molti aspetti, propongono attività e servizi più orientati al perseguimento di un interesse generale, rivolgendosi potenzialmente ad un pubblico di soggetti più ampio e diversificato, mentre quelli che si rifanno a modelli imprenditoriali forniscono servizi e svolgono attività maggiormente *profit-oriented*, con azioni, quindi, più mirate al perseguimento di interessi particolari. Allo stesso tempo, i FabLab di tipo

associativo o all'interno di dipartimenti universitari sono generalmente meno accessibili. Nel primo caso, l'accessibilità limitata non si riferisce al fatto di rivolgersi solo ad alcune particolari tipologie di soggetti, quanto al fatto che, essendo gestiti su base volontaria, questi FabLab hanno orari di apertura ridotti – spesso in fascia pomeridiana/serale – e prevedono l'obbligo di tesseramento. Nel secondo caso, invece, i FabLab nati in ambito universitario sono fruibili solo da studenti o ricercatori.

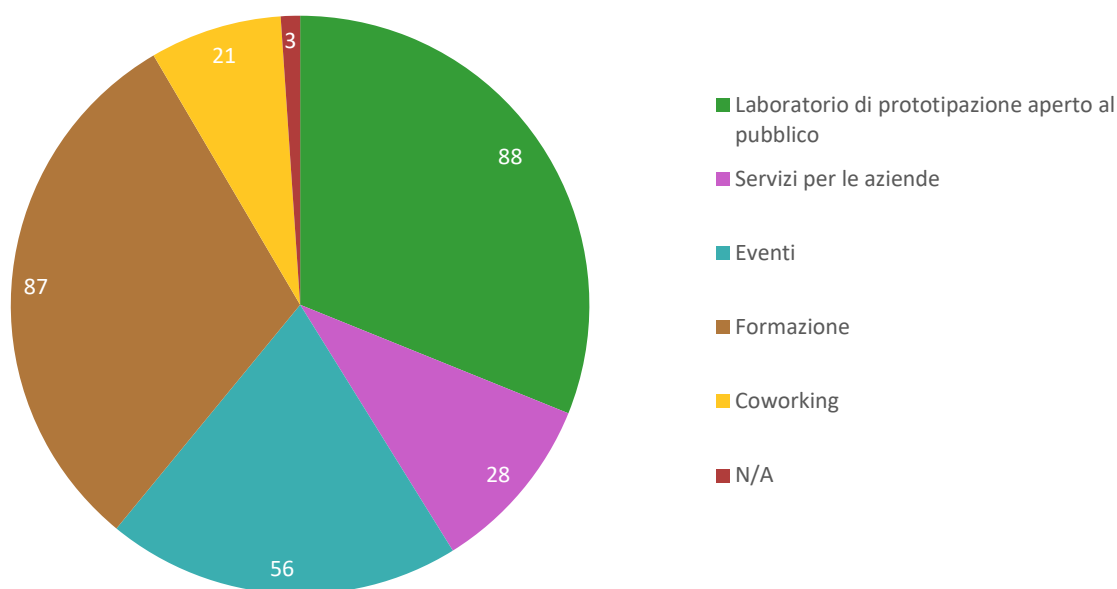
Nel variegato universo delle esperienze analizzate nel contesto italiano le attività che vengono realizzate dai FabLab cambiano proprio in base alla tipologia di FabLab. Come è possibile vedere dalla tabella 59, le attività che risultano maggiormente diffuse sono: la gestione di laboratori aperti al pubblico per la prototipazione rapida e la fabbricazione digitale, servizi per le aziende, eventi, organizzazione di attività di formazione, messa a disposizione di spazi di coworking.

TABELLA 59. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DEI FABLAB

Principali settori di attività	N.	%
Laboratorio di prototipazione aperto al pubblico	118	88,0
Servizi per le aziende	38	28,4
Eventi	75	56,0
Formazione	116	86,6
Coworking	28	20,9
N/A	4	3,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

FIGURA 48. I SETTORI DI ATTIVITÀ DEI FABLAB. VALORI PERCENTUALI



Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

È importante specificare che, come dimostrato dalla tabella 60, nella maggior parte dei casi ciascuna delle realtà mappate svolge due o più delle attività identificate, confermando la natura polifunzionale di questo tipo di organizzazioni e degli spazi che gestiscono.

TABELLA 60. PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ DEI FABLAB

FabLab per numero di settori di attività	N.	%
1 sola attività	9	6,7
2 attività	30	22,4
3 attività	55	41,1
4 attività	31	23,1
5 attività	5	3,7
Non specificato	4	3,0
Totale	134	100,0

Fonte: elaborazioni Euricse, 2022.

Si osserva, inoltre, che sono molte le realtà che organizzano e ospitano eventi all'interno dei propri spazi. Sensibilmente inferiore è il numero di laboratori impegnati nella fornitura di servizi per le aziende e che è provvisto di spazi di coworking. In merito a quest'ultimo dato è opportuno sottolineare che il coworking è una modalità di lavoro che, seppur poco presente in Italia, negli anni si sta diffondendo velocemente⁴¹. Da quanto emerso dai dati analizzati, gli spazi di coworking sono presenti soprattutto nei FabLab dell'area del Nord-Est e del Sud Italia (tabella 61).

TABELLA 61. SETTORI DI ATTIVITÀ DEI FABLAB PER AREA GEOGRAFICA

Macro-regione	Lab. prototip. aperto al pubblico		Servizi per aziende		Eventi		Formazione		Co-working	
		%		%		%		%		%
Nord-Ovest	22	18,6	10	26,3	16	21,3	22	19,0	5	17,8
Nord-Est	40	33,9	11	28,9	23	30,7	39	33,6	11	39,3
Centro	27	22,9	9	23,7	13	17,3	29	25,0	2	7,2
Sud e Isole	29	24,6	8	21,1	23	30,7	26	22,4	10	35,7
Totale	118	100,0	38	100,0	75	100,0	116	100,0	28	100,0

Fonte: Elaborazioni Euricse, 2021.

Concentrando maggiormente l'attenzione sulle attività svolte, si ritiene importante offrire una descrizione più approfondita dei diversi fronti in cui sono impegnati questi enti, per favorire un più preciso inquadramento del fenomeno:

Gestione di laboratori per la prototipazione rapida e la fabbricazione digitale: i FabLab si occupano, in primo luogo, di fornire spazi attrezzati con strumenti tra cui stampanti 3D, fresatrice, macchinari CNC, macchine per taglio Laser, plotter da taglio vinile. Macchinari e attrezzature possono essere utilizzati in autonomia o con il supporto di un operatore (Maker) o del FabLab Manager. In questo spazio è possibile trasformare idee in prototipi e prodotti. A seconda del tipo di FabLab quest'area è accessibile e aperta a qualsiasi tipo di pubblico, ai soci attraverso un tesseramento, a imprese o a studenti.

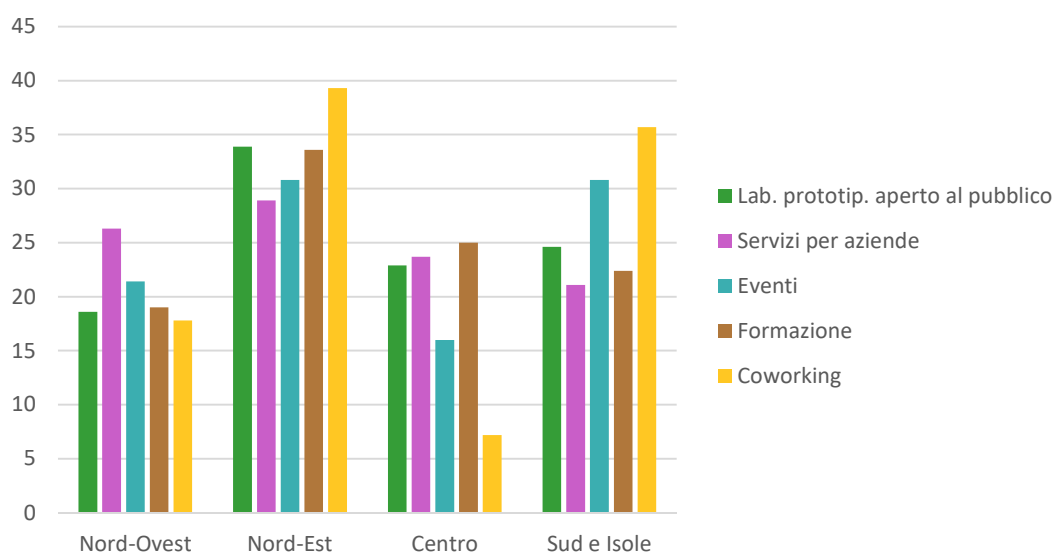
⁴¹ Per approfondire si veda Italian Coworking Survey 2018: dati, vizzes e reports | italiancoworking.it, in italiancoworking.it. e Michele Lo Russo (2020), *I numeri del coworking in Italia* | italiancoworking.it, su <https://www.italiancoworking.it/>.

Servizi per le aziende: alcuni FabLab, in particolare quelli che si sviluppano secondo il modello imprenditoriale, erogano servizi per le imprese. Tra le prestazioni fornite compaiono quelle di incubazione di impresa, start up, e supporto allo sviluppo di prodotti e di processi innovativi. Eventi: molti laboratori digitali ospitano nei loro spazi o organizzano in altri luoghi eventi come conferenze e/o presentazioni di libri relativi al settore dell'innovazione, dell'elettronica e della fabbricazione digitale. In particolare, sempre su queste tematiche, sono famose le competizioni (es. *hackathon*) rivolte a singoli, gruppi e studenti.

Formazione: l'organizzazione di corsi, workshop e seminari è un'attività fortemente diffusa nel contesto dei FabLab. Le occasioni di formazione si rivolgono a un pubblico variegato: bambini, adulti, studenti, appassionati di elettronica, artigiani, designer. È interessante notare come spesso, nel contesto italiano, questo tipo di attività si modelli a seconda delle vocazioni specifiche dei territori e del tessuto economico e culturale, ponendo attenzione anche a valorizzare le tradizioni artigianali locali. Infatti, è stato possibile osservare, tra gli altri, la presenza di laboratori digitali attrezzati con macchinari e specializzati in servizi formativi di settori quali pelletteria, sartoria, strumentazione musicale.

Coworking: all'interno di alcuni FabLab sono stati individuati spazi di coworking. La presenza di queste aree nel contesto dei laboratori digitali è in linea con le mission principali di questi luoghi: "il connettere persone" e la condivisione.


FIGURA 49. SETTORE DI ATTIVITÀ DEI FABLAB PER MACRO-REGIONE



Fonte: Elaborazioni Euricse, 2021.

In sintesi, come emerge chiaramente da quanto messo in evidenza in questo capitolo, i FabLab si configurano come spazi ibridi in cui possono essere svolte molteplici attività che contemplano collaborazione, condivisione e fabbricazione digitale. Le differenti funzioni a cui si dedicano le diverse organizzazioni forniscono indizi utili a comprendere il livello di sviluppo della componente comunitaria al loro interno. L'aspetto comunitario è fondamentale nell'architettura dei FabLab in quanto questi spazi, come sottolineato dalla Carta elaborata dal MIT, devono essere una "risorsa per la comunità"⁴². Nel concreto, ciò significa non solo presentare formalmente il proprio

⁴² Come specificato al quarto punto della Carta del MIT disponibile al sito <https://fab.cba.mit.edu/about/charter/>, *Fab labs are available as a community resource, offering open access for individuals as well as scheduled access for programs.*



laboratorio di prototipazione come un luogo aperto a chiunque sia interessato, ma renderlo effettivamente accessibile a tutti assicurando, al contempo, un ambiente di interazione sociale tra soggetti eterogenei. Questa componente, strettamente connessa alla funzione “quasi associativa” dei FabLab (Manzo e Ramella, 2015), non dovrebbe essere trascurata nemmeno da laboratori ad impronta più aziendale, come invece sembra avvenire in alcuni casi. Inoltre, altrettanto importante è creare la possibilità di fruizione delle innovazioni partorite nel FabLab a tutti gli attori del territorio e non solo ai soggetti interni al laboratorio, nel tentativo di creare un effetto moltiplicatore dei benefici che queste organizzazioni possono generare nella comunità in cui si insediano. Per non venir meno ai principi stilati dal MIT è importante alimentare e aprire la comunità di utenti all’interno del singolo laboratorio coltivando, inoltre, la creazione di legami con realtà esterne. Infine, un ruolo significativo che possono svolgere i FabLab è quello di fungere da ponte per mettere in contatto tra loro i diversi attori citati.

Oltre alle funzioni, altrettanto ibridi sono i luoghi in cui i FabLab vengono creati. Da quanto emerso da questa indagine è possibile notare che i laboratori digitali italiani occupano spazi diversi, tra cui immobili privati, ambienti forniti a titolo gratuito o con affitto agevolato da enti pubblici, Università, scuole secondarie di primo e secondo grado, centri per l’innovazione, edifici pubblici e industriali dismessi e/o abbandonati. In riferimento a quest’ultimo esempio è interessante osservare la presenza di FabLab in contesti destinatari di progetti di rigenerazione urbana⁴³. In questi casi, la sinergia tra due diverse espressioni di innovazione sociale può contribuire alla ridefinizione delle “relazioni sociali e spaziali” (Ostanel, 2017) dei territori in cui queste esperienze vengono attivate, acquisendo un ruolo centrale nel “processo di sviluppo di comunità basato su pluralità, co-produzione, circolazione e redistribuzione di valore percepito a più livelli” (Ostanel, 2017, p. 33). Gli esempi particolarmente virtuosi dovrebbero risultare in esperienze in cui la rigenerazione urbana procede di pari passo con la rigenerazione del tessuto sociale ed economico delle aree interessate.

Un ulteriore elemento che si ritiene importante segnalare è la diffusione dei FabLab in aule dedicate di numerose scuole italiane del Nord e Centro Italia⁴⁴. Questi contesti, in cui le attività sono più focalizzate sull’apprendimento, la formazione, lo sviluppo della creatività, hanno il pregio di funzionare come una sorta di livellatori sociali, rendendo facilmente disponibili tecnologie avanzate anche a soggetti che faticerebbero ad accedervi. Inoltre, non mancano casi in cui i laboratori attivi all’interno delle scuole sono aperti anche ad altri tipi di pubblico.

Infine, si segnalano anche progetti in cui rigenerazione urbana, inclusione sociale e fabbricazione digitale si incontrano, come, ad esempio, nel progetto “P.a.r.i.”⁴⁵ che ha l’obiettivo di combattere marginalizzazione e dispersione scolastica attraverso la rigenerazione e la trasformazione di spazi dismessi in FabLab all’interno di tre Istituti scolastici della periferia di Milano.

Per concludere, i laboratori di fabbricazione digitale hanno la potenzialità di rappresentare importanti hub di innovazione a beneficio del tessuto economico del territorio e di contribuire, coltivando un’attenzione particolare alle specifiche vocazioni produttive dei diversi contesti, allo

⁴³ Per rigenerazione urbana si intendono i processi, solitamente guidati dall’iniziativa pubblica, orientati alla riattivazione di spazi (edifici, specifiche aree urbane, quartieri) per renderli accessibili e sostenibili e contrastarne il declino sia spaziale che socio-ambientale ed economico (Ostanel, 2017).

⁴⁴ Tra i vari progetti che hanno contribuito in questo senso, si segnala “FabLab a Scuola” promosso da Fondazione Nord-Est nel 2014, che ha portato alla creazione di laboratori digitali in 13 scuole superiori del Trentino-Alto Adige, Veneto e Friuli-Venezia Giulia. Maggiori informazioni sul progetto sono disponibili al link <http://fablabascuola.ideaginger.it/cos-e-un-fablab.html>.

⁴⁵ Per maggiori informazioni si rimanda al sito <https://www.fondazioneomaschi.it/notizie/progetto-p-a-r-i/>.

sviluppo dell'area in cui sono immersi. Oltre a ciò, possono attivare relazioni tra attori eterogenei, essere luoghi non solo di condivisione e interazione, ma anche promuovere inclusione e coesione sociale generando effetti positivi sulla comunità locale.

CONCLUSIONI

Le Comunità Intraprendenti analizzate in questo Rapporto di ricerca rappresentano un universo di esperienze dalle numerose sfaccettature. I diversi modelli di Comunità Intraprendenti adottati e i contesti sociali, economici e istituzionali in cui queste si costituiscono dimostrano che lo sviluppo locale avviene seguendo percorsi che non sono mai uguali tra di loro. Una tale varietà è generata dalle differenti modalità adottate dalle singole comunità locali per reagire a situazioni di crisi o al presentarsi di determinate problematiche, oltre che a seconda delle risorse disponibili e dell'ambiente in cui nascono e si radicano. Questi aspetti spiegano, ad esempio, perché alcune tipologie di Comunità Intraprendenti si configurano come fenomeni prevalentemente urbani – come, ad esempio, gli Empori Solidali o le Food Coop – mentre altre trovano terreno fertile soprattutto nelle aree interne e marginali, e secondariamente nelle periferie urbane, come, ad esempio, nel caso delle Imprese di comunità.

Nonostante le variegata forme che può assumere l'intraprendenza comunitaria, è possibile individuare il *fil rouge* che accomuna i modelli analizzati nei singoli capitoli. Oltre alle tre componenti essenziali che definiscono una Comunità Intraprendente (auto-organizzazione, beneficio comunitario e partecipazione attiva della comunità), il comune denominatore delle diverse esperienze è la multidimensionalità: tutte si caratterizzano per la presenza di forme innovative sia negli aspetti organizzativi che negli ambiti di attività e nei modi in cui coinvolgono la società civile. Le Comunità Intraprendenti sono esempi virtuosi di innovazione sociale che possiamo definire di prossimità, poiché coordinando l'impegno individuale dei singoli attori locali lo trasformano in benessere collettivo. Questo avviene attraverso l'interazione di diversi elementi: in primo luogo, facendo leva sulla cooperazione volontaria e sulla solidarietà tra le persone. È possibile osservare come le varie tipologie analizzate nel Rapporto riconoscono e si avvalgono del valore strategico della collaborazione e del coinvolgimento attivo dei cittadini (spesso di tipo volontario), anche se con modalità e gradi di partecipazione diversi da contesto a contesto. In secondo luogo, mantenendo una relazione molto forte con la popolazione dei territori in cui si sviluppano contribuiscono a tessere e rinforzare i legami tra attori diversi, innescando collaborazioni su diversi fronti, con benefici diretti e indiretti per chi abita e lavora in quel dato luogo. Questa peculiare modalità di operare mostra, infatti, che i benefici creati dalle Comunità Intraprendenti non ricadono soltanto sulle persone che partecipano attivamente alla gestione e realizzazione delle iniziative, ma anche sul resto della comunità nella quale operano.

La varietà degli attori coinvolti dalle Comunità Intraprendenti si riflette anche nella pluralità di attività che esse portano avanti, generando ricadute positive in ambiti differenti.

Lo studio dei vari modelli di Comunità Intraprendenti oggetto del presente Rapporto, infatti, fa emergere quanto l'intraprendenza comunitaria, sfruttando in modo virtuoso le risorse disponibili in ogni contesto locale, possa influire e avere effetti positivi – per citarne alcuni – sulla coesione sociale, sulla sostenibilità ambientale e sulla mitigazione delle disuguaglianze socio-economiche.

Tra le varie esperienze analizzate, quelle che esprimono maggiormente la pluralità di attività, attori e ambiti di attività sono sicuramente i Community Hub e le Imprese di comunità. Questi due modelli hanno una natura multi-forme e fortemente partecipata da differenti portatori di interessi. Entrambi si propongono come spazi in cui i differenti bisogni della comunità vengono intercettati, interpretati ed elaborati cercando soluzioni capaci di creare valore sociale e, in alcuni casi, anche economico.


Queste esperienze, anche attraverso la rigenerazione di singoli edifici o di intere aree marginali, fanno nascere l'offerta di un variegato ventaglio di servizi co-progettati e co-gestiti dalla comunità, diventano veri e propri punti di riferimento per la comunità, strumenti di rigenerazione sociale ed economica capaci di contribuire positivamente al miglioramento dell'inclusione e della coesione sociale nei territori dove operano.

Accanto a queste esperienze, il lavoro di mappatura ha analizzato anche il ruolo di altri due modelli, che, pur con una vocazione meno imprenditoriale, perseguono gli stessi obiettivi di rigenerazione sociale: i Patti di collaborazione complessi e le Portinerie di quartiere. I primi sono considerati il principale strumento di amministrazione condivisa, capace cioè trasformare il classico modello di relazione unidirezionale tra chi amministra un territorio (le istituzioni pubbliche locali) e chi è amministrato (i cittadini) in una nuova relazione multi-direzionale, dove questi attori collaborano per prendersi cura del proprio luogo di vita. Le seconde, invece, che stanno assumendo sempre più rilevanza negli ultimi anni, rappresentano nuovi presidi di vicinato, grazie ai quali gli abitanti di un quartiere possono trovare risposta ad una serie di piccoli bisogni attraverso la collaborazione di diversi soggetti, capaci di aggregare attorno a questi luoghi fisici persone e organizzazioni che desiderano mettere a disposizione le proprie competenze e il proprio tempo a favore della comunità offrendo un'ampia gamma di servizi.

Altrettanto variegati sono i servizi offerti dagli Empori Solidali, anche se, in questo caso, le iniziative vengono indirizzate principalmente alle persone in difficoltà socio-economiche. Tuttavia, per farlo, anche questo modello di Comunità Intraprendente agisce attraverso la collaborazione con la comunità, sia attraverso il dialogo continuo con attori pubblici e privati che garantiscono la funzionalità degli Empori sia attraverso azioni rivolte a coinvolgere la cittadinanza nel loro operare quotidiano, dando vita a nuovi modelli di welfare territoriale e reti di relazioni locali.

Generare nuove reti di relazioni e legami sociali all'interno delle comunità basate su nuovi meccanismi di fiducia, reciprocità e solidarietà è anche l'obiettivo delle CSA, delle Food Coop, delle CER e dei FabLab. Le prime due, accomunate dall'obiettivo di ricostruire oltre alle relazioni anche un nuovo valore socio-economico attorno all'approvvigionamento e al consumo di beni alimentari, ridefiniscono i confini tra consumatori e produttori, coinvolgendo i soggetti interessati nella governance dell'organizzazione, nel finanziamento e nella realizzazione delle attività. Le CER, combinando sostenibilità ambientale, giustizia e responsabilità sociale, si attivano per fornire nuove risposte partecipate e collettive all'approvvigionamento di energia e come strumento per contrastare la povertà energetica e il cambiamento climatico. Un modello, anche questo, capace di ridisegnare il ruolo dei produttori-consumatori in ambito energetico, trasformando gli abitanti di un dato territorio da semplici consumatori di energia elettrica in protagonisti attivi nelle fasi di produzione e scambio della stessa. Infine, l'ultima categoria di Comunità Intraprendente presentata sono i FabLab. In quanto luoghi ibridi di produzione e di formazione, questa tipologia è interessante perché contribuisce ad innovare il concetto di artigianato sfruttando le tecnologie digitali e costruendo reti di relazioni con differenti attori locali, pubblici e privati (imprese locali, scuole e Università, associazioni, ecc.), impegnandosi in attività di carattere sociale e di interesse comunitario. Un laboratorio di fabbricazione digitale diventa così un luogo di socializzazione, capace di riuscire a connettere gli interessi e i bisogni delle persone e di coinvolgerle nella costruzione collettiva di nuove soluzioni per soddisfarli.

In conclusione, da questo primo lavoro di mappatura emerge chiaramente come le Comunità Intraprendenti siano un gruppo di esperienze composito, articolato in varie tipologie, ma anche all'interno delle stesse. Alcuni modelli hanno origini lontane nel tempo (ad esempio, le CER), o



sono mutate da esperienze internazionali (ad esempio, le CSA), altre sono il risultato di recenti sperimentazioni (ad esempio, le Portinerie di quartiere), ma tutte hanno in comune la capacità di riadattarsi e rinnovarsi per aderire nel modo più efficace ai bisogni che emergono localmente a causa della carenza strutturale di servizi acuita dell'attuale congiuntura economica. Appare evidente, come le diverse esperienze incrocino molteplici settori di intervento che variano a seconda dei bisogni e delle risorse delle singole comunità e riescono a tenere insieme azioni di tipo culturale, sociale, economico, ma anche politico. Oltre a ciò, è possibile identificare le Comunità Intraprendenti descritte nel Rapporto come efficienti strumenti di attivazione e rafforzamento del capitale sociale dei territori. Stimolato da queste esperienze, il capitale sociale porta gli attori sociali a collaborare tra loro, così che essi riescano ad offrire nuove soluzioni per lo sviluppo dal basso della comunità. Infine, attraverso l'analisi di queste esperienze è possibile dare un nuovo significato anche a concetti come quelli di cittadinanza attiva, volontariato e partecipazione.

Questi ultimi sono alcuni degli argomenti che saranno oggetto dei successivi Rapporti dedicati a ciascuna delle tipologie illustrate nel presente Rapporto.

Bibliografia

- Alban, O. (2018). *Emancipated Shelf: Labor Process in A New Wave Food Coop*. Paper presentato nel contesto della XXVIIe Conférence Internationale de Management Stratégique, Montpellier, 6-8 Giugno.
- Albouy, J., Lapeyre, A., Malas, Z., & Maumon, N. (2020). *Food Coop as the Height of the 'Consumer Governmentality Continuum': Discussion and Avenues for Research*. In 49th annual European Marketing Academy Conference.
- Alteri, M. (2021). Community Hub: spazi plurali a servizio della comunità e del territorio *Pandora Rivista*, 5 febbraio, <https://www.pandorarivista.it/articoli/community-hub-spazi-plurali-a-servizio-della-comunita-e-del-territorio/>.
- Andreola, M., Pianegonda, A., Favargiotti, S., & Forno, F. (2021). Urban Food Strategy in the Making: Context, Conventions and Contestations. *Agriculture*, 11(2), p. 177.
- Arena, G. (2020). *I custodi della bellezza. Prendersi cura dei beni comuni. Un patto per l'Italia fra cittadini e istituzioni*, Touring Club Italiano, Milano.
- Avanzi, Dynamoscopio, Kilowatt, Sumisura, (2016), *Community Hub. I luoghi puri impazziscono*. https://www.dynamoscopio.it/portfolio_page/community-hub/.
- Bandini, F., Medei, R., & Travaglini, C. (2015). Territorio e persone come risorse: le cooperative di comunità. *Impresa Sociale*, 5, pp. 19-35.
- Barbera, F., & Tania, P. (2019). *Innovatori sociali. La sindrome di Prometeo nell'Italia che cambia*, Il Mulino, Bologna.
- Bernardoni, A. (2018). Come costituire e finanziare le imprese di comunità, in Mori, P.A., & Sforzi, J. (a cura di). *Imprese di comunità. Innovazione istituzionale, partecipazione e sviluppo locale*. Il Mulino, Bologna, pp. 53-71.
- Bocco, A., Tranquillo, N., Caliri, G. & Lazzarino, E. (2018). Community Hub e rigenerazione urbana: qualche nota interdisciplinare. *Territorio*, 84, 1, pp. 79-86.
- Borzaga, C., & Zandonai, F. (a cura di) (2015). La morfogenesi dell'impresa di comunità. Processi generativi, forme organizzative e percorsi di institution building. *Impresa Sociale*, 5.
- Borzaga, C. & Tortia, E. (2017). Co-operation as Coordination Mechanism: A New Approach to the Economics of Co-operative Enterprises. in Michie, J., Blasi, J.R., & Borzaga, C. (eds.). *The Oxford Handbook of Mutual, Co-operative and Co-owned Businesses*, Oxford University Press, Oxford, pp. 55-75.
- Boulanger, S.O.M., Massari, M., Longo, D., Turillazzi, B., & Nucci, C.A., (2021). Designing Collaborative Energy Communities: A European Overview. *Energies*, 14, 8226, <https://doi.org/10.3390/en14248226>.
- Burini, C., & Sforzi, J. (2019). Patti di collaborazione e imprese sociali. *Rapporto Labsus 2019*, Labsus, pp. 43.
- Caritas Italiana, CSVnet, Empori Solidali in Italia. *Primo Rapporto, 2018*. <https://www.csvnet.it/who-we-are/157-pubblicazioni-csvnet/3153-empori-solidali-in-italia-primo-rapporto-caritas-italiana-csvnet>.
- Calvaresi, C. (2018). Agenda urbana e community hub, *Territorio*, 84, pp. 105-110, DOI: 10.3280/TR2018-084016.
- Calvaresi, C. & Lazzarino, E. (2018a). Community hub: un nuovo corso per la rigenerazione urbana?, *Territorio*, 84, pp. 77-78, DOI: 10.3280/TR2018-084011.
- Calvaresi, C. & Lazzarino, E. (2018b). Caratteri, attori e politiche dei community hub. Un dialogo con i protagonisti, *Territorio*, 84, pp. 87-92, DOI: 10.3280/TR2018-084013.
- Coscarello, M. (2021). Le esperienze innovative tra produttori e consumatori. *Agriregionieuropa*, Numero Speciale – Agricalabriaeuropa, 4, dicembre.

- CSVnet, Report Nazionale sulle Organizzazioni di volontariato (2015). Disponibile all'indirizzo: <https://www.volontariatotrentino.it/sites/default/files/download/Report%20delle%20organizzazioni%20di%20volontariato.pdf>.
- De Vidovich, L., Tricarico, L., & Zulianello, M. (2021). *Community Energy Map. Una ricognizione delle prime esperienze di comunità energetiche rinnovabili*. Luiss, RSE, Edizioni Franco Angeli, Milano.
- Edwards, F. (2016). *Alternative Food Networks. Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*. Springer, Dordrecht, pp. 1-7.
- Euricse (2016). *Libro bianco. La cooperazione di comunità. Azioni e politiche per consolidare le pratiche e sbloccare il potenziale di imprenditoria comunitaria*. Trento, Euricse.
- Euricse (2020). Imprese di comunità e beni comuni. Un fenomeno in evoluzione. *Euricse Research Reports*, n. 18|2020. Autori: Cristina Burini & Jacopo Sforzi. Trento, Euricse.
- Eurispes (2019). *Rapporto Italia 2019*, Minerva, Bologna. <https://bit.ly/3asnV3K>.
- European Commission (2021). *European Innovation Scoreboard*. https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard_en#european-innovation-scoreboard-2021 (ultimo accesso Marzo 2022).
- Ferrera, M. & Maino, F. (2011). Il "secondo welfare" in Italia: sfide e prospettive. *Italianieuropei*. Solaris, Roma.
- Forno, F., Brunori, M., Dal Gobbo, A., & Oncini, F. (2021). *Rapporto finale sul caso italiano della ricerca europea PLATEFORMS: Sustainable Food Platforms: Enabling Sustainable Food Practices Through Socio-technical Innovation*. [Project funded by the H2020 ERA-NET COFUND and SUSFOOD2], July.
- Galdini, R., & De Nardis, S. (2019). Il riuso creativo per uno sviluppo locale partecipato. Il caso di Officine zero e dell'Officina delle idee nel Lazio. *Sociologia urbana e rurale*, 118, pp. 145-160.
- Gambarana, C. (2018). Le portinerie di quartiere si incontrano a Sharitaly, *HousingLab*, 20 febbraio. <http://www.housinglab.it/hlab/>, p. 1618.
- Genova, A., & Piccoli, A. (2019). Community Supported Agriculture: Timid Pracrises of Political Consumerism. *International Journal of Political Ecology*. <https://doi.10.7402/Cds.24.03>.
- Goodman, D., DuPuis, E. M., & Goodman, M. K. (2012). *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. Routledge, Londra.
- Hassanein, N. (2003). Practicing Food Democracy: A Pragmatic Politics of Transformation. *Journal of Rural Studies*, 19(1), pp. 77-86.
- Labsus (2020). *Rapporto 2019 sull'amministrazione condivisa dei beni comuni*, Roma.
- Labsus (2021), *Luoghicomuni*, <https://www.labsus.org/progetti/luoghicomuni-2/>.
- Labsus (2022). *Regolamento sulla collaborazione tra cittadini e amministrazioni per la cura, la rigenerazione e la gestione condivisa dei beni comuni urbani*. <https://www.labsus.org/wp-content/uploads/2017/04/Regolamento-Prototipo-Labsus.2022.pdf>.
- Legacoop (2011). *Guida alle cooperative di comunità*. Officine Cantelmo Soc. Cooperativa, Lecce.
- Legambiente (2021). *Comunità Rinnovabili*. <https://www.comunirinnovabili.it/>.
- Magnani, N., & Cittati, V. - M. (2022). Combining the Multilevel Perspective and Socio - Technical Imaginaries in the Study of Community Energy. *Energies*, 15, 1624, <https://doi.org/10.3390/en15051624>.
- Manzo, C., & Ramella, F. (2015). Fab Labs in Italy: Collective Goods in the Sharing Economy. *Stato e Mercato*, 35(3), pp. 379-418.
- Menichinelli, M., & Ranellucci, A. (2014). *Censimento dei Laboratori di Fabbricazione Digitale in Italia*, Make in Italy Foundation.
- MISE (2016). *Lo sviluppo delle cooperative di comunità*. Studio di fattibilità, Report finale. Ministero dello Sviluppo Economico, Roma.

- Morel, L., & Le Roux, S. (2016). *Fab Labs: Innovative User*. John Wiley & Sons.
- Morgan, K., Marsden, T., & Murdoch, J. (2008). *Worlds of Food: Place, Power, and Provenance in the Food Chain*. Oxford University Press, Oxford.
- Mori, P.A., & Sforzi, J. (a cura di) (2018). *Imprese di comunità. Innovazione istituzionale, partecipazione e sviluppo locale*. Il Mulino, Bologna.
- Ostanel, E. (2017). *Spazi fuori dal comune. Rigenerare, includere, innovare*. Edizioni Franco Angeli, Milano.
- Peredo, A.M., & Chrisman, J.J. (2006). Toward a Theory of Community-based Enterprise. *Academy of Management Review*, 31, pp. 309-328. DOI: 10.2307/20159204.
- Perényi, Z., Iserte, M., Paun, G., Vetan, M., & Valeška, J. (2016). Be Part of CSA! – Training Programme which was Designed by CSA Actors from Hungary (tve), Czech Republic (pro-bio liga), Romania (cries) and the Network URGENCI. https://socioeco.org/bdf_fiche-outil-96_it.html.
- Perro, S. (2018). Il ritorno delle portinerie di quartiere. *Casanaturale*, 14 novembre. <https://www.casanaturale.com/idee-news-eventi/idee-green/ritorno-delle-portinerie-di-quartiere/>.
- Piccoli, A., Rossi, A., & Genova, A. (2021). A Socially-Based Redesign of Sustainable Food Practices: Community Supported Agriculture in Italy. *Sustainability*, 13, 11986. <https://doi.org/10.3390/su132111986>.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2019). Creating Shared Value. in Lissen, G., & Smith, N. (eds). *Managing Sustainable Business*. Springer, Dordrecht, pp. 323–346.
- Power to Change, Local Trust & Locality (2020). *The Community Hub Handbook. How to Run a Successful Hub and Make your Neighbourhood Thrive*. Community-Hubs-Handbook-Final.pdf (powertochange.org.uk).
- Ramella, F., & Manzo, C. (2018). Into the Crisis: Fab labs – A European Story. *The Sociological Review*, 66(2), pp. 341-364.
- Renting, H., Schermer, M., & Rossi, A. (2012). Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3), pp. 289-307.
- Rossi, A., Favilli, E., & Brunori, G. (2013). Il ruolo emergente dei civic food networks nell'innovazione attorno al cibo. *Agriregionieuropa*, 32, Marzo, p. 6.
- Russo, L. (2020). I portierati di quartiere in Italia e in Europa. *Spazio 50*, 14 aprile, <https://www.spazio50.org/i-portierati-di-quartiere-in-italia-e-in-europa/>.
- Sacchetti, S., & Catturani, I. (2017). *The Institutions of Governance. A Framework for Analysis*. Euricse Working Papers, 92/17. https://euricse.eu/wp-content/uploads/2017/06/WP-92_17-Sacchetti-Catturani1.pdf.
- Sacchi, G., Stefani, G., Romano, D., & Nocella, G. (2022). Consumer Renaissance in Alternative Agri-Food Networks between Collective Action and Co-production. *Sustainable Production and Consumption*, 29, pp. 311-327.
- Saltmarsh, N., Meldrum, J., & Longhurst, N. (2011). The Impact of Community supported Agriculture. *Rural Hub*. www.ruralhub.it.
- Sen, A. (1985). *Commodities and Capabilities*. North-Holland, Amsterdam.
- Sforzi, J. (2018a). Quando la cooperazione riscopre la comunità. in Borzaga, C. (a cura di). *Cooperative da riscoprire. Dieci tesi controcorrente*. Donzelli, Roma, pp. 115-18.
- Sforzi, J. (2018b). Le forme di governance delle imprese di comunità. in Mori, P.A., & Sforzi, J. (a cura di). *Imprese di comunità. Innovazione istituzionale, partecipazione e sviluppo locale*. Il Mulino, Bologna, pp. 43-52.
- Sforzi, J., & Borzaga, C. (2019). Imprese di comunità e riconoscimento giuridico: è davvero necessaria una nuova legge?. *Impresa Sociale*. 13/12-2019, pp. 16-30.

- Sforzi, J., & Zandonai, F. (2018). I processi generativi delle imprese di comunità. in Mori, P.A., & Sforzi, J. (a cura di). *Imprese di comunità. Innovazione istituzionale, partecipazione e sviluppo locale*. Il Mulino, Bologna, pp. 73-86.
- Spinicci, F. (2011a). *Le cooperative di utenza in Italia e in Europa*. Euricse Research Report N.002|11, Euricse, Trento.
- Spinicci, F. (2011b). *La cooperazione di utenza in Italia: casi studio*, Euricse Research Report N.004|11, Euricse, Trento.
- Taverna, E. (2018). Portinerie di quartiere in ogni città: tre buoni motivi per promuoverle. *Labsus – Laboratorio per la sussidiarietà*, 13 febbraio. <https://www.labsus.org/2018/02/portinerie-quartiere-citta-tre-buoni-motivi-promuoverle/>.
- Vittoria, M. P., & Napolitano, P. (2017). Le comunità informali per la città contemporanea. I Fab Lab come occasione di learning e di lavoro partecipativo. *L'industria*, 38(1), pp. 75-96.
- Whatmore, S., Stassart, P., & Renting, H. (2003). What's Alternative about Alternative Food Networks?. *Environment and Planning A*, 35(3), pp. 389-391.
- Wilkins, J. L. (2005). Eating Right Here: Moving from Consumer to Food Citizen. *Agriculture and human values*, 22(3), pp. 269-273.
- Wong L. (2017), *Adaptive Reuse Extending the Lives of Buildings*. Birkhauser Verlag, Basilea.
- Zimmerman, M.A., & Rappaport, J. (1988) Citizen Participation, Perceived Control and Psychological Empowerment. *American Journal of Psychology*, 5, pp. 725-750.

Siti web

- <http://www.vita.it/it/article/2021/03/04/nelle-portinerie-di-quartiere-i-volontari-combatteranno-la-solitudine/158558/> .
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0944&from=it> .
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L2001> .
- <https://welfareinazione.fondazioneCARIPLO.it/> .
- <https://www.fablabs.io/>
- <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/11/30/21G00214/sg> .