

Il ruolo dell'imprenditorialità sociale nella rigenerazione dei luoghi

di Massimo Ronchini

Appare sempre più auspicabile la formalizzazione e realizzazione di un modello di sviluppo economico locale che, prendendo le mosse da un paradigma di economia civile di mercato, investa anche in processi di conversione di quegli spazi deprivati della propria funzione di costruzione di legami sociali e di senso, mirando a far nascere nuovi luoghi abitati da reti relazionali dense[1]. All'atto pratico, un territorio, un'area urbana, un borgo o un semplice edificio abbandonato, possono infatti essere concettualizzati sia come spazi che come luoghi: nel primo caso dovranno essere intesi in quanto mere entità fisiche e geografiche, nel secondo caso, invece, quali «spazi fisici e virtuali dove relazioni sociali, economiche e tecnologiche producono significati condivisi»[2]. In base al paradigma dell'economia civile sono infatti i criteri relazionali, assieme ai principi di reciprocità e fiducia, gli elementi tramite i quali immaginare una crescita economica sostenibile. Contestualmente, questi stessi aspetti assumono un ruolo chiave nella ricostruzione di infrastrutture comunitarie rivolte allo sviluppo di iniziative, anche imprenditoriali, capaci di generare valore sociale ed economico.

Un particolare interesse lo rivestono pertanto entità socio-economiche come le città ed i loro quartieri, le cui trasformazioni si trovano al centro sia di un ripensamento dei servizi da parte delle amministrazioni locali, sia della sperimentazione di nuove prassi volte alla riattivazione di tessuti relazionali in termini di prossimità e collaborazione. Ad esempio, un recente progetto di rigenerazione urbana alquanto esplicativo di quanto appena descritto è Palombellissima! Il mio quartiere superlativo[3]. Il progetto, durato sei mesi e conclusosi a febbraio 2020, è stato realizzato presso la Palombella di Ancona, un quartiere che negli ultimi decenni ha subito una progressiva perdita di identità, amplificata dalle scarse occasioni di socializzazione tra i residenti. Da questo presupposto, mediante la mobilitazione della popolazione residente e attraverso alcune iniziative pensate per far riflettere sul senso di appartenenza a quel luogo negli abitanti (tra cui un interessante laboratorio di soundscape design[4], con l'obiettivo di far emergere le differenze dal punto di vista sonoro tra passato, presente e aspettative per il futuro), sono stati valorizzati i tratti identitari più significativi dell'area, ricostruendone la trama sociale. La giornata conclusiva del progetto si è svolta presso la Fornace Palombella, un'antica fornace da tempo in disuso, luogo iconico e rappresentativo dell'identità del quartiere, che è tornata a vivere per ospitare dibattiti, market, concerti e mostre.

Volendo rendere ancora più chiaro il legame che intercorre tra casi come quello appena descritto e il paradigma dell'economia civile, occorre tenere in considerazione come nell'ultimo periodo si stia assistendo ad un moltiplicarsi di iniziative volte alla rigenerazione dei luoghi, soprattutto in ambito urbano, proprio in funzione della progressiva affermazione avvenuta nei decenni passati delle logiche di mercato anche all'interno delle forme di relazione intersoggettiva. Oggi, torna invece ad emergere un'attenzione particolare verso la qualità e le forme delle relazioni rispetto al più ampio tema del benessere sociale[5] delle comunità, le quali hanno assistito ad un inesorabile e pericoloso processo di disgregamento della loro dimensione coesiva. È in questo contesto dunque, che si afferma l'esigenza di riscoprire quegli assunti derivati dal paradigma dell'economia civile utili a ripensare un rapporto più equilibrato tra il piano della reciprocità e quello della produzione economica, tenendo come riferimento imprescindibile, per dirla con Venturi e Zandonai, quei "dove" le relazioni intersoggettive e le dinamiche di produzione del valore vengono ad intrecciarsi[6].

Concentrandosi sul rapporto tra le tre dimensioni della relazionalità, economica e geografica, è possibile poi osservare la genesi di nuovi luoghi attraverso la lente dell'imprenditorialità, concepita

proprio in quanto pratica in grado di tenere insieme tutti questi aspetti. In tal senso è fondamentale pensare al concetto di luogo come un contenitore di sistemi socioeconomici che utilizzano la relazionalità quale veicolo conduttore per ritrovare il capitale sociale di una comunità e alimentare motivazioni imprenditoriali in soggetti che, ben oltre il profitto, guardano alla socialità e alla promozione di quello che Amartya Sen ha chiamato lo sviluppo umano integrale della persona[7].

Un esempio significativo a tal proposito è il progetto Kilowatt[8] a Bologna, un'esperienza dall'animo fortemente socio-imprenditoriale il cui intento è stato fin dalla nascita quello di coniugare lo stimolo verso la creazione di nuove collaborazioni tra professionisti, mediante il rinnovamento delle forme tradizionali di socialità, la costruzione di spazi di inclusione e di welfare, e l'avvio di percorsi di formazione rivolti all'auto-imprenditorialità. Progetto reso possibile grazie ad un partenariato pubblico-privato a sua volta legato ad un'iniziativa di rigenerazione di uno spazio abbandonato quale Le Serre dei Giardini Margherita. L'obiettivo finale di Kilowatt si potrebbe dunque riassumere nella volontà di costruire un nuovo ecosistema, fortemente radicato a livello locale, nel quale si mescolino il piano della cultura, della socialità e dell'imprenditorialità, come ben testimoniato anche dal suo bilancio di impatto pubblicato annualmente[9].

Pertanto, all'interno di una cornice di luogo per come è stato qui inteso, i soggetti promotori di iniziative simili a quelle appena accennate non potranno essere né le imprese esclusivamente profit oriented, né quelle istituzioni pubbliche che faticano a cogliere la potenzialità, in termini di sviluppo del territorio, di un'azione sussidiaria per verso quelle progettualità volte alla rigenerazione di spazi abbandonati. Con ogni probabilità, tali trasformazioni potranno essere innescate solamente da organizzazioni imprenditoriali capaci di bilanciare governance democratiche e sostenibilità economica, in grado di coinvolgere le amministrazioni pubbliche nella co-progettazione di spazi che possano rivelarsi terreni fertili per la nascita di nuovi progetti culturali e nella co-programmazione di iniziative che ricompongono il tessuto sociale di un territorio, scommettendo anche su rinnovate forme di partecipazione dei cittadini nei processi decisionali. Un chiaro esempio di attivazione e partecipazione della comunità noto in letteratura è quello della High Line a New York, che nacque dall'intuizione di un comitato di quartiere. Il comitato non solo impedì la demolizione della struttura ma divenne successivamente partner con l'amministrazione nel piano di recupero[10].

In termini più generali possiamo così ipotizzare che simili trasformazioni urbane, nelle loro dimensioni economiche e relazionali, nascano da imprese prevalentemente not for profit oriented[11], capaci da un lato di orientare la propria azione verso l'accumulazione di capitale relazionale[12], inteso come patrimonio di rapporti, basati su fiducia e reciprocità, instaurati con tutti i suoi interlocutori, e dall'altro di includere detti soggetti all'interno della propria governance.

Una prima conseguenza della produzione di capitale relazionale riguarda quindi la promozione, all'interno del luogo, di scambi e relazioni che aprono la strada allo sviluppo di quella che comunemente viene denominata un'economia esterna di agglomerazione[13], intesa nello specifico come il vantaggio economico di istaurare interazioni di tipo collaborativo e cooperativo tra le unità sociali e produttive del luogo, rafforzandone la forza competitiva. Un vantaggio che può misurarsi non solo nel numero di nodi e reti che sorgono all'interno dei confini di luogo, ma soprattutto nello sviluppo di capacità e competenze diversificate, che possono emergere dal confronto dialogico tra gli attori coinvolti e dalla messa a disposizione del loro patrimonio (in)formativo.

Un secondo aspetto riguarda invece le implicazioni positive derivate dell'individuazione di un obiettivo condiviso all'interno di una comunità: il forte valore idiosincratico che identifica (nel senso di creare una identità) il prodotto di un'impresa radicata in un "dove", strettamente legata alla propria identità socioculturale, sfugge alle regole del mercato concorrenziale e realizza uno sviluppo potenzialmente sostenibile nel lungo periodo. In tal senso, il centro culturale Farm Cultural Park[14] (Favara), è l'esempio di come arte e cultura siano stati strumenti di rigenerazione urbana che, attraverso il contributo relazionale della comunità, hanno fornito alla Città di Favara una nuova

identità e una nuova occasione per immaginare il futuro. Da un punto di vista prettamente teorico, le probabilità che un luogo rigenerato produca valore distintivo, sia sul versante della prossimità che su quello economico, sono direttamente proporzionali alla misura in cui tutti gli attori sociali di una comunità riescono a condividere le proprie istanze attraverso processi di integrazione all'interno di percorsi imprenditoriali partecipati.

La generazione e crescita di capitale relazionale costituisce, in sintesi, il ponte di collegamento per passare da un sistema economico estrattivo ad un sistema economico coesivo, cioè abitato da imprese in grado di accompagnare la produzione di valore condiviso attraverso strategie volte a potenziare le relazioni con i propri lavoratori e la comunità di riferimento[15]. I luoghi a cui si è fatto riferimento in questa breve riflessione, possono così essere concettualmente connessi alla nozione di impresa di comunità, ovvero a quelle organizzazioni che gestiscono asset per il compimento di attività finalizzate a produrre risorse economiche per delle specifiche comunità, operando contemporaneamente per la trasformazione dei processi di partecipazione e democratizzazione che finiscono per influenzare gli assetti delle governance locali[16]. È dunque attraverso processi come questi che le aree marginali delle città possono vivere anche una nuova opportunità di sviluppo economico.

Una sfida, quella qui descritta, che potrà però essere vinta solo nel momento in cui tutti gli attori coinvolti (pubblici e privati) acquisiranno la necessaria consapevolezza che una risposta ai bisogni sociali è tanto efficace quanto più si realizza attraverso il coinvolgimento partecipato della comunità, e nella misura in cui questo coinvolgimento sia orientato a ri-animare spazi con motivazioni e competenze finora latenti, fino a realizzare quell'equilibrio tra dimensione relazionale e sostenibilità economica che rappresenta la specificità delle progettualità descritte.

[1] P. Venturi, F. Zandonai, Dove. La dimensione di luogo che ricomponi impresa e società, Egea, 2019.

[2] S. Zamagni, P. Venturi, Da spazi a luoghi, Aiccon Short Paper n.13/2017, dove possiamo leggere che «Tale distinzione si riallaccia ad un'altra di più antica memoria: quella tra urbs e civitas. Urbs, da cui la parola italiana "urbe", è la città delle pietre; la civitas era per gli antichi romani la "città delle anime". La civitas è un luogo, mentre l'urbe, è uno spazio».

[3] Progetto realizzato da Arci Ancona con il contributo del Premio Creative Living Lab - Il edizione della Direzione Generale Creatività Contemporanea e Rigenerazione Urbana del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e il Turismo, <https://www.palombellissima.it>

[4] <https://www.palombellissima.it/il-suono-della-palombella>, per ascoltare le opere prodotte si veda invece http://bit.ly/palombellissima_suono

[5] Qui e nel seguito, per «benessere sociale» si vuole intendere una dimensione aggregata del c.d. benessere soggettivo. Ogni individuo è caratterizzato da una funzione di utilità (felicità) tale per cui il proprio benessere dipende non solo da un insieme di condizioni monetarie ma anche da un insieme di condizioni non monetarie (R.A. Easterlin, Per una migliore teoria del benessere in Felicità ed economia a cura di L. Bruni e P.L. Porta, Guerini e Associati, 2014).

[6] Cfr., P. Venturi, F. Zandonai, Dove. La dimensione di luogo che ricomponi impresa e società, Egea, 2019.

[7] Cfr., A. Sen. Lo sviluppo è libertà. Perché non c'è crescita senza democrazia, Mondadori, 2001.

[8] <http://kilowatt.bo.it>

[9] Con il termine "incubazione" si intende, generalmente, un programma progettato per accelerare lo sviluppo di imprese attraverso una serie di risorse di sostegno alle imprese e servizi.

[10] R. Pagani, Politecnico di Torino, Rigenerazione urbana e percorsi di innovazione, Dossier

Techne n.10/2015.

[11] Possiamo qui ricondurre tali tipologie di imprese agli Enti del Terzo Settore recentemente definiti dal D.lgs. 117/2017.

[12] M. Costabile, Il capitale relazionale dell'impresa, McGraw-Hill, 2002.

[13] G. Antonelli, L. Marino, Sistemi produttivi locali e cluster di imprese, Franco Angeli S.r.l., 2012.

[14] <https://www.farmculturalpark.com>

[15] P. Venturi, D. Sturabotti, Imprese coesive, relazioni e territorio come leve della competitività, Aiccon Short Paper n.18/2018.

[16] L. Tricarico, Imprese di Comunità nelle Politiche di Rigenerazione Urbana: Definire ed Inquadrare il Contesto Italiano, Euricse, Working Paper n. 68/2014.