la Repubblica

Quotidiano

Data 06-06-2020
Pagina 28
Foglio 1

Innovazione, mercato e società

C'è un tesoro nel terzo settore

di **Mario Calderini**

Ci siamo illusi che producendo tante nuove idee avremmo risolto i problemi dell'innovazione, del mercato e della società. Ma nel momento in cui abbiamo potenziato la nostra capacità di produrre nuove idee si è aperto un problema nuovo: come facciamo a estrarre un valore, un significato e un senso da queste idee? Sappiamo ancora definire il valore e il senso di ciò che realizziamo? Più o meno questo scriveva Roberto Verganti nel suo libro *Overcrowded*, ponendo il fondamentale del problema dell'innovazione di senso, molto di questo si trova in *The Value of Everything* di Mariana Mazzucato.

Domande già attuali prima dell'emergenza, ineludibili in un presente in cui non vi è più alternativa per l'innovazione se non di essere equa, inclusiva e generativa.

L'innovazione di senso, il *sense of purpose* di ogni atto imprenditoriale, tecnologico, finanziario è la stella polare per dare un significato concreto alla ripartenza, per tracciare una strada di riforma strutturale e radicale o, meno prosaicamente, per fare sì che l'irripetibile massa di risorse che pioveranno sul nostro Paese col *Recovery plan* non vada sprecata in quell'economia estrattiva che troppo a lungo abbiamo coltivato.

L'innovazione di senso ha bisogno di nuovi interpreti e la politica deve andare a cercarli in luoghi diversi da quelli che è abituata a frequentare.

Uno di questi è la grande area grigia (ma splendente) che sta tra il terzo settore e un profit che sa ibridarsi e adattarsi ai bisogni della società e delle comunità. È l'area cui guarda l'*Action plan for the social economy* della Commissione europea, che ispirerà molte delle azioni europee e, speriamo, nazionali. È lì che si trova parte del codice genetico imprenditoriale che servirà per intercettare le traiettorie di sviluppo nascenti coi nuovi paradigmi di economia della cura e dell'assistenza, dell'abitare gli spazi e i luoghi, del turismo di prossimità, della produzione e distribuzione del cibo. Il governo ha già fatto molto in questa direzione, intervenendo sull'emergenza finanziaria del terzo settore. Il prossimo passo che si chiede al governo è di pensare all'economia sociale come una traiettoria non marginale di politica industriale e dell'innovazione.

Non solo trasformazione digitale ma anche interventi di rafforzamento patrimoniale attraverso finanza specializzata, di trasferimento tecnologico, di *procurement* innovativo, di sostegno a partenariati profit – terzo settore.

Si trovi il coraggio di farlo pensando ai quasi 100 milioni di cittadini europei direttamente impegnati nel sociale che in Europa rappresentano un bacino di idee e innovazione (anche tecnologica, sì) tanto interessante quanto i giovani ambiziosi che affollano le eleganti clubhouse dell'innovazione. Oppure pensando alle 350 mila organizzazioni del terzo settore in Italia come a uno straordinario incubatore e acceleratore di impresa diffuso sul territorio, decisivo per dare un nuovo senso alle politiche di coesione, come suggerisce l'Europa col programma "React-Eu".

Le ragioni per farlo sono ottime. Primo, in un Paese di produttività stagnante, in cui tutti parlano solo di politiche redistributive, anche il terzo settore può e deve fare la sua parte nella creazione di valore economico, insieme realizzando una nuova generazione di welfare trasformativo.

Secondo, perché solo l'economia e l'innovazione sociale possono disinnescare il potenziale di diseguaglianza e lacerazione sociale che è nascosto tra le pieghe del *green new deal*. Infine, perché questa è una politica anticipatrice di futuro, un futuro nel quale il *sense of purpose*, il valore e il significato delle cose, disegnerà un nuovo capitalismo e un nuovo modo di stare sul mercato.

L'autore è professore ordinario presso il Politecnico di Milano, School of Management, e dirige l'Alta Scuola Politecnica

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il fantasma di Luigi XVI

C'è un tesoro nel terzo settore

045688

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.