



Il punto

L'ACQUA PUBBLICA UN DIRITTO DI TUTTI AFFIDIAMOLA A IMPRESE SOCIALI

di **GIORGIO FIORENTINI***

In Italia la propensione per una gestione dell'acqua «in house», interamente pubblica, è sempre stata molto forte: i tentativi di apertura verso il privato sono stati duramente attaccati dall'opinione pubblica, e lo scontro è culminato nel referendum del 2011 che non ha dato una risposta inequivocabile. Molti ricercatori e studiosi svolgono una battaglia culturale per dare al dibattito un ancoraggio operativo e non ideologico. ma la strada da fare è ancora lunga.

Quindi il dibattito fra pubblicizzazione totale dell'acqua e la facoltativa gestione privata profit può trovare una terza via nelle imprese sociali non profit, pensando a forme innovative di gestione dei servizi pubblici locali. La proposta è di gestire tramite imprese sociali non profit (fondazioni di partecipazione o imprese sociali "ex lege") servizi idrici, trasporti pubblici, distribuzione di energia ecc.

Ma si può fare? L'articolo 2 del D.Lgs.112/2017 afferma che «...l'impresa sociale esercita in via stabile e principale una o più attività d'impresa di interesse generale per il perseguimento di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale. Ai fini del presente decreto, si considerano di interesse generale, se svolte in conformità alle norme particolari che ne disciplinano l'esercizio, le attività d'impresa aventi ad oggetto:..... e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi».

Questa strada potrebbe garantire diversi vantaggi a partire dal miglioramento continuo del rapporto fra tariffa e qualità del servizio. Gli utili della non profit sarebbero reinvestiti in parte nel mantenimento-miglioramento delle infrastrutture e in parte andrebbero a calmierare o diminuire le tariffe a favore dei cittadini utenti/clienti (per esempio a fronte della minaccia di un possibile innalzamento delle tariffe). Nella governance potrebbero essere coinvolti i cittadini, evidenziando le esigenze più qualificanti e sociali (l'assetto giuridico permette la costituzione di srl o spa senza distribuzione di utili). Il tutto si andrebbe a inserire nel dibattito fra «lucro oggettivo» (che cioè destina gli utili agli scopi altruistici, che è finalismo istituzionale) e «lucro soggettivo» (con distribuzione degli utili generati che nella fattispecie dell'impresa sociale-ex lege D.Lgs.112/2017 è con tetto e «cappata»). Solitamente quando si propone la soluzione dell'impresa sociale non profit si chiedono esempi accreditati, meglio se stranieri. Eccoli: dal 2001, nel settore idrico, la non profit Glas Cymru serve 3 milioni di cittadini gallesi con un fatturato di 1.900 milioni di sterline e con un rapporto tariffe-qualità di alto valore; dal 2002 la Network Rail Ltd., non profit inglese del settore ferroviario gestisce, in logica di efficienza continua, la rete ferroviaria. E allora, perché no?

*Università Bocconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un modello semplice per identificare gli effetti dei servizi del non profit

Il «moltiplicatore della solidarietà» e quello «della sussidiarietà»

Un calcolo applicabile anche nelle rappresentanze sindacali

Il caso della Cisl Lombardia: il costo della tessera ha il 300 % di ritorno

FARE IL BENE (E MISURARLO)

di **MARCO GRUMO***

Le organizzazioni del Terzo settore valgono per l'impatto sociale ed economico che producono. Per questo motivo, nei propri documenti di comunicazione e quindi di trasparenza - sito internet, bilancio sociale/di missione - è importante costruire e calcolare alcuni indicatori di impatto che sintetizzino l'organizzazione, le risorse impiegate, i risultati prodotti, il valore generato per le persone e per la società. Infatti, ogni ente presenta una «catena del valore sociale ed economico» unica, intesa come peculiare sequenza logica «missione-strategia-organizzazione-risultati-impatto sociale prodotto». Più che ricorrere a misure di impatto standard o particolarmente «cervellotiche» occorre identificare misure «ad impatto», facilmente divulgabili e in grado di rispondere alle domande fondamentali della gente che approccia le realtà del Terzo settore.

Nascono così tre indicatori molto originali che nel tempo ho sviluppato e affinato. Il primo è quello che ho chiamato il «moltiplicatore della solidarietà» inventato tanti anni fa per l'Opera San Francesco di Milano (realità di cui parliamo nel pezzo di copertina di questo numero, ndr) e pari al rapporto matematico tra il valore di costo sul mercato associabile alle prestazioni di carità offerte gratuitamente ai poveri da questa organizzazione (i pasti, le visite mediche, l'igiene, il vestiario pari complessivamente nel bilancio sociale 2017 a 13,1 milioni di euro) e le donazioni ricevute nell'anno. In altri termini, se non ci fosse stata l'Opera San Francesco, quante risorse pubbliche o private avremmo dovuto spendere per offrire servizi simili per quantità e qualità? Il moltiplicatore della solidarietà riassume in un solo numero decine di pagine e di indicatori di dettaglio presenti nel bilancio sociale, ma anche centinaia di informazioni presenti quotidianamente sul sito web dell'organizzazione. Del resto, la domanda fondamentale della gente è semplice: i nostri soldi, anche se pochi, hanno dato frutto oppure no? Il «moltiplicatore della solidarietà» indicato nel bilancio sociale 2017 è pari a 1,48: ogni euro donato ha prodotto prestazioni di aiuto ai poveri per 1,48 euro, con un ritorno sociale delle donazioni ricevute del 48%.

Dal bilancio di missione della Fondazione Sacra Famiglia Onlus - importante istituzione della provincia di Milano al servizio delle persone portatrici di handicap e degli anziani - nasce invece il

«moltiplicatore della sussidiarietà». Per ogni euro investito dalla pubblica amministrazione in questa grande e preziosa istituzione del Terzo settore, essa ha prodotto servizi per gli ospiti e risparmi economici per le famiglie pari a 3,96 euro, con un rendimento della spesa pubblica pari a circa il 400%. Del resto la domanda fondamentale, specie in periodi di crisi, è la seguente: «Ma le risorse pubbliche corrisposte questa istituzione a fronte dei servizi erogati sono state ben spese oppure no? Queste risorse hanno dato frutto? E se sì, quanto?». Anche qui, come nel caso precedente, la nota metodologica di fondo, è tutt'altro che «cervellotica». Nel bilancio sociale 2017 si evidenzia come il valore sociale prodotto nell'anno da questa istituzione sia stato pari a oltre 314 milioni di euro (248 milioni di costi evitati per le famiglie e/o dei redditi permessi più 66 milioni di redditi distribuiti al personale e ai fornitori) diviso per il totale dei ricavi assicurati dalla pubblica amministrazione. Uguale a 3,96.



Più che ricorrere a misure di impatto standard o particolarmente «cervellotiche» occorre identificare misure «ad impatto», facilmente divulgabili e in grado di rispondere alle domande fondamentali della gente

Ancora diverso il caso di un sindacato. Infatti dall'esperienza pionieristica di trasparenza e di responsabilità dell'impact report 2016 dell'Usr Cisl Lombardia nasce il «moltiplicatore della rappresentanza» che risponde alla domanda fondamentale: «Ha senso oppure no per i lavoratori pagare la tessera di iscrizione al sindacato? È un investimento che genera un ritorno?». L'esperienza dell'impact report 2016 della Cisl Lombardia ha documentato che tale sindacato oggi ha un grande valore per i lavoratori e le loro famiglie, in termini di tutele e di servizi ricevuti, molti dei quali offerti a condizioni notevolmente inferiori a quelle di mercato. Il «moltiplicatore della rappresentanza» evidenziato è pari a 3: per ogni euro investito dal lavoratore e dai suoi familiari nella tessera Cisl, essi ottengono tutele, servizi e risparmi pari a 3 euro, con un rendimento quindi del proprio investimento del 300%. Sono tutti e tre esempi originali di moltiplicatori d'impatto da contestualizzare per ciascuna realtà. Calcoli talvolta anche facili ma soprattutto utili per fare emergere in modo veloce e significativo, restando così nella mente degli stakeholder sia interni sia esterni, il vero valore di un'organizzazione.

* Docente di Economia Aziendale Università Cattolica del Sacro Cuore Esperto di Terzo settore

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il dibattito delle idee

Il significato di una festa

FANO, IL PAESE DEI BALOCCHI

di **MICHELE BROCCINI***

Tornare bambini, riscoprire il valore del gioco, indicare modelli di «sana» convivenza civile. Succede a Fano, conosciuta per essere la Città del Carnevale con la manifestazione più antica d'Italia ma anche città di Vitruvio, del Lisippo e della Moretta, bevanda al caffè ideata per riscaldare i marinai che a notte fonda partivano per le battute di pesca. Da oltre 30 anni questa diventa la Città delle Bambine e dei Bambini (con tanto di consiglio comunale in formato baby che periodicamente si confronta con quello istituzionale). E da 16 anni Fano è anche il Paese dei Balocchi, l'incantato mondo descritto da Carlo Collodi con protagonista il bambino/burattino Pinocchio. Ecco che allora varcando la soglia di Piazza Bambini del Mondo, fulcro dell'evento, sarà possibile imbattersi nella gigantesca balena lunga 11 metri, larga 3 e alta 2,60 in cui al suo interno, Geppetto in persona, accoglie i visitatori facendoli immergere nella più bella favola di tutti i tempi o in Lucignolo in versione spara balle, trasformate in questo caso in bolle... di sapone. E un maestoso Pinocchio di 11 metri veglia sulla piazza controllando che Fatina, Gatto e Volpe facciano vivere ai bambini un'esperienza magica. Un contenitore di giochi per bambini dunque? Nemmeno per sogno. Il Paese dei Balocchi made in Fano, infatti, ogni anno affronta temi importanti per far riflettere piccoli e grandi e lo fa raccontando storie in grado di sviluppare nel bambino quel sen-

so critico che spesso, troppo spesso, manca anche all'adulto. Ogni anno un tema diverso, ogni anno un ospite diverso (in passato Gene Gnocchi, Giobbe Covatta, don Luigi Ciotti, Silvestro Montanaro, don Antonio Loffredo), che per quattro giorni dismette gli abiti civili e indossa la simbolica fascia di «sindaco» del Paese dei Balocchi diventando il testimonial di una manifestazione che è un mix di spensieratezza, libertà, divertimento e gioco ma che guarda con estrema cura al rispetto per l'ambiente e ai problemi del mondo.

Tema dell'edizione 2019 (16-17-18-19 agosto) saranno le «Buone Nuove», ovvero la riscoperta delle «cose belle» per ridare speranza, soprattutto alle nuove generazioni, attraverso testimonianze concrete di chi effettivamente di pratiche buone e positive nella vita ne ha promosse, per sé stesso e per gli altri, ma di cui purtroppo sentiamo parlare troppo poco. E chi si pone come obiettivo quello di trasmettere valori non può che dare il buon esempio: Il Paese dei Balocchi di Fano, infatti, è una Festa Sostenibile e tutte le stoviglie utilizzate negli stand sono biodegradabili e compostabili, nell'ottica del risparmio energetico e della tutela ambientale. Perché per cercare di far riflettere il prossimo occorre innanzi cominciare da noi.

*Presidente associazione culturale Paese dei Balocchi

© RIPRODUZIONE RISERVATA