




Modulo 3: L'imprenditorialità sociale e verde

3.1 L'arte e l'imprenditorialità sociale

 Descrizione della lezione	Questa lezione offre informazioni complete su come la tua azienda possa generare valore sociale e promuovere gli Obiettivi di sviluppo sostenibile
 Obiettivo	L'argomento di questo modulo aiuta gli studenti ad acquisire familiarità con l'inserimento della sostenibilità ambientale e sociale nel proprio processo creativo.
 Risultati dell'apprendimento	<p>Conoscenze:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendere cosa sia l'imprenditoria sociale e perché sia importante• Definire cosa sia lo sviluppo sostenibile• Categorizzare le modalità pratiche per essere degli artisti rispettosi dell'ambiente <p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none">• Dimostrare la capacità di esplorare le opportunità imprenditoriali che affrontano le questioni sociali e contribuiscono al bene sociale• Diminuire il proprio impatto ambientale <p>Atteggiamenti:</p> <ul style="list-style-type: none">• Influenzare la comunità e/o la società con la propria attività imprenditoriale

Definizione di impresa sociale

Le imprese sociali possono essere descritte come "imprese attive nell'affrontare intenzionalmente i problemi sociali, migliorare le comunità, garantire alle persone l'accesso all'occupazione e alla formazione o proteggere l'ambiente, utilizzando il potere del mercato" (Social Traders, 2019). È un termine che descrive un'impresa che commercia principalmente per uno scopo sociale e/o ambientale, o per il bene della comunità, o di gruppi specifici all'interno della comunità.

Le imprese sociali sono delle aziende che cambiano il mondo in meglio. Mirano a creare dei profitti come le aziende tradizionali, ma li utilizzano diversamente da queste ultime, reinvestendoli o donandoli per determinare un cambiamento sociale positivo (Bornstein e Davies, 2010). Si tratta di affari a beneficio di tutti i soggetti coinvolti, e quando tali aziende profitano, ne trae profitto anche la società.

Le caratteristiche principali di un'impresa sociale sono:

1. Una chiara missione sociale o ambientale, definita nei suoi documenti ufficiali.
2. Le attività commerciali generano un reddito.

3. I beni e i servizi dell'organizzazione generano domanda sul mercato.
4. La gestione dell'azienda avviene in chiave della sua missione sociale.
5. Le modalità in cui opera e il suo impatto sono trasparenti.
6. Il coinvolgimento: l'azienda promuove e incoraggia la partecipazione di uno o più gruppi di cittadini.
7. Il suo obiettivo principale è il beneficio per la comunità. La priorità di un'impresa sociale non è il profitto in sé. Il suo più grande interesse sta nell'ottenere un beneficio per la società.
8. Reinvestimento o rinuncia alla maggior parte dei profitti o alle eccedenze a favore del proprio obiettivo sociale.
9. Garanzia di pari opportunità, senza alcuna discriminazione.
10. L'azienda si basa soprattutto sulla forza lavoro anziché che sul capitale.
11. Promozione dell'innovazione economica e sociale.
12. Il processo decisionale si basa sui dati: il successo viene misurato secondo l'impatto sull'obiettivo.

Sfide e opportunità dell'imprenditoria sociale

Nonostante il riconoscimento della necessità di sfruttare gli approcci imprenditoriali e quelli del mercato per affrontare le sfide globali, l'attuale sistema economico non è ottimizzato per supportare le organizzazioni che uniscono la logica imprenditoriale allo scopo sociale (EU, 2018).

Le imprese sociali contribuiscono a rafforzare le economie. Secondo i dati del Dipartimento per gli affari economici e sociali delle Nazioni Unite, le imprese sociali influiscono positivamente sulle comunità, rendendole sane e sostenibili in vari modi, e inoltre creano nuovi posti di lavoro e consentono alle organizzazioni non profit di mantenere i propri servizi attivi. Esempi di impatto positivo delle imprese sociali:

- Sostengono le economie locali: le imprese sociali assumono persone locali che altrimenti potrebbero emigrare o sopporterebbero i disagi del pendolarismo.
- Le comunità che accolgono le imprese sociali sostengono l'occupazione e contribuiscono a costruire economie solide.
- Ambiente e biodiversità: attività imprenditoriali come il riutilizzo e riciclaggio dei rifiuti, la produzione alimentare, il compostaggio, l'ecoturismo, la salvaguardia della natura, della fauna selvatica e delle aree protette possono servire per contrastare il cambiamento climatico e mitigarne l'impatto sulla società.
- Inclusività: l'impresa sociale può lavorare con le persone vulnerabili o trascurate dalla società e colmare il divario tra giovani e anziani, o tra immigrati, offrendo il sostegno necessario per assistere chi è in difficoltà.
- Comunità e imprese: le imprese sociali spesso svolgono un ruolo fondamentale nel creare sinergie tra le imprese e le comunità e nell'offrire alle aziende la possibilità di investire in modo socialmente responsabile.

L'impresa sociale è anche un'opportunità e un motore per l'attuazione dell'Agenda 2030 e dei suoi 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) a livello sia europeo che globale, in particolare per il raggiungimento dell'Obiettivo 8: "incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti".



Immagine 2: Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile

Fonte: ONU

L'impresa sociale creativa

Con la svolta sociale del mondo imprenditoriale contemporaneo, si è verificata una parallela svolta sociale anche nella pratica artistica. Questa virata verso un'arte orientata alle tematiche sociali ha preso slancio e forza in risposta alla crisi finanziaria globale del 2008 (Belfiore e Bennett, 2008). Lo Stato e il mercato considerano sempre più frequentemente l'arte come una pratica culturale che contribuisce allo sviluppo economico (Van der Pol, 2007; O'Brien, 2014). La creatività è diventata la base dell'innovazione nelle nuove pratiche commerciali (McRobbie, 2016).

Eppure, l'arte viene crescentemente considerata anche come l'attività che si dedica ai bisogni e ai valori della comunità, dell'ambiente e della cultura (McQuilten e White, 2016). La crescita delle imprese sociali creative suggerisce la possibilità di un'economia alternativa. Ciò rispecchia l'interesse per il potere delle arti di stimolare lo sviluppo sociale ed economico e per la potenzialità dei nuovi accordi finanziari di sostenere il settore artistico (Terjesen et al., 2012). Per questo motivo, l'uso del termine "impresa sociale" e il suo impegno sul mercato vengono sostenuti sempre più frequentemente, in nome di una serie di obiettivi politici più ampi legati alla sostenibilità ambientale, all'equità globale, all'inclusione sociale e alla giustizia sociale (McRobbie, 2016; Raunig et al., 2011; De Peuter, 2011).

L'impresa sociale viene vista come un modello per le arti, per la sua capacità di spostare l'accento dal profitto ai valori sociali (McRobbie, 2011; Wilson, 2014). Questo pone le imprese sociali creative in una posizione paradossale, in quanto lavorano per ridurre l'incertezza utilizzando risorse minime e finanziamenti limitati e a breve termine (Kavanagh et al., 2002). Pertanto, molte imprese sociali creative si concentrano sulla "generazione di profitti" piuttosto che sulla creazione di posti di lavoro, e sul sostegno agli artisti per sviluppare dei flussi di profitti e delle capacità imprenditoriali rilevanti nei

contesti del mercato in cui si inseriscono le attività creative. Questa differenza non viene riconosciuta nella letteratura accademica o del settore: i modelli di imprese sociali vengono dipinti in prevalenza come in linea con le strategie convenzionali di creazione di posti di lavoro (Terjesen et al., 2012).

In tutta risposta, alcune imprese sociali creative hanno puntato a generare opportunità di lavoro per membri dell'impresa stessa piuttosto che concentrarsi sulla transizione verso l'occupazione tradizionale. L'arte viene utilizzata come strategia di coinvolgimento, come fonte di piacere, come occasione di sviluppo di legami sociali differenti e come creazione di percorsi di istruzione e formazione continua (Winner et al., 2013; Montgomery, 2017).

Casi di studio

- [Amardillo & Co](#) offre prodotti fatti a mano con materiali naturali come canapa, cotone e lana, realizzati da donne in Bangladesh retribuite con un salario superiore a quello standard. Inoltre, l'impresa sostiene le strutture educative locali.
- [Lesvos Solidarity](#) è un'impresa sociale basata sull'arte e sull'artigianato a Lesbo, in Grecia, e produce borse riutilizzando i giubbotti di salvataggio, offrendo inoltre opportunità di lavoro ai rifugiati e agli abitanti del luogo.
- [The New Raw](#) è uno studio di design di Rotterdam, nei Paesi Bassi, che esplora modi per ridurre la plastica e trasformarla in arredi pubblici grazie alla stampa 3D.

Metti alla prova le tue conoscenze con il seguente quiz

Q.1	Un'impresa sociale deve reinvestire parte dei suoi profitti nella società.	Vero	Falso
Q.2	Un'organizzazione di beneficenza è uguale a un'impresa sociale.	Vero	Falso
Q.3	Un'impresa sociale è legalmente riconosciuta in tutti i Paesi dell'UE.	Vero	Falso
Q.4	Gli Obiettivi di sviluppo sostenibile possono contribuire a precisare lo scopo di un'impresa sociale.	Vero	Falso
Q.5	Un'impresa sociale per l'arte non può contare solo su finanziamenti a breve termine per progetti specifici.	Vero	Falso

Risposte corrette

Vero: Q1, Q3

Falso: Q2, Q4, Q5

Attività di apprendimento



Tipo di attività

1. Crea la tua impresa sociale: cosa puoi fare per la tua comunità?
 - a) Osserva il diagramma "Problem tree" (l'albero dei problemi) e disegnalo su una pagina vuota, mettendo il problema principale al centro, i suoi effetti nella parte superiore e le cause principali in quella inferiore.
 - b) Rifletti sulla visione e sulla missione di un'impresa sociale.
 - c) Prova a rispondere alle seguenti domande:
 - Quali sono i confini della comunità su cui vuoi agire?
 - Quali gruppi di persone esistono nella tua comunità?
 - Qualcuno di questi gruppi ha esigenze particolari?
 - Chi sono i leader e i comunicatori della comunità?
2. Dopo aver definito la comunità e identificato i gruppi specifici al suo interno con le loro esigenze, è il momento di indagare sui principali problemi che questi gruppi o la comunità stanno affrontando. Puoi prendere in considerazione le domande seguenti:
 - a) Quali sono i principali problemi della tua comunità? Per esempio, problemi di integrazione, problemi ambientali, ecc.
 - b) Qual è il problema più urgente?
 - c) Qual è il problema che ottiene la maggiore copertura mediatica?
 - d) Qual è il problema più impegnativo da risolvere nella comunità?
 - e) Qual è il problema più facile da risolvere secondo te?
 - f) Ci sono dei problemi a lungo termine?
 - g) Ci sono problemi che si sono rivelati solo di recente?
3. Presenta il risultato della tua indagine a un amico o a un collega.





	Competenze connesse	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione • Capacità di risolvere problemi • Creatività • Iniziativa
	Metodi di insegnamento	<ul style="list-style-type: none"> • Visualizzazione • Brainstorming • Team Building
	Risorse necessarie	<ul style="list-style-type: none"> • Carta e penna
	Durata	60 minuti

Diagramma: Il "Problem tree"

