

Le Cooperative di Comunità.

Una forma giuridica possibile per la sostenibilità ambientale, sociale ed economica delle comunità

di Annalisa Gramigna

*“Tradizione è custodire il fuoco, non adorare le ceneri”
Gustav Mahler*

Cos'è esattamente una Cooperativa di Comunità? Giuridicamente è a tutti gli effetti una cooperativa e ha come esplicito obiettivo quello di produrre **vantaggi a favore di una comunità alla quale i soci promotori appartengono o che eleggono come propria.**

La specialità è proprio questa: la cooperativa di comunità è la forma giuridica che sempre più spesso sta assumendo un **nuovo progetto di comunità.**

In uno studio del MISE del 2016 si legge:

siamo di fronte ad una cooperativa di comunità quando:

in presenza di un territorio in condizioni di vulnerabilità e di un fabbisogno specifico, capace di generare anche un'opportunità imprenditoriale, espresso da una comunità reale (non virtual community);

si sviluppa una attività economica finalizzata al perseguimento dello sviluppo comunitario e della massimizzazione del benessere collettivo (non solo dei soci) e non a quello della massimizzazione del profitto.

Una recente indagine di Euricse (Euricse (2020). *Imprese di comunità e beni comuni. Un fenomeno in evoluzione, Euricse Research Reports, n. 18|2020. Autori: Cristina Burini & Jacopo Sforzi*) ci dice che ad oggi non esistono banche dati ufficiali che ci dicano quante sono le imprese di comunità. Le cooperative di comunità sono un tipo di impresa di comunità. A valle del lavoro di ricerca di Euricse oggi esiste una banca dati (creata sulla base di tutte le fonti ufficiali disponibili) composta da 109 imprese di comunità (considerando le imprese nate fino a fine dicembre 2019) che sono equamente distribuite in tutta Italia.

Le cooperative di comunità **si sono sviluppate in assenza di una specifica normativa** dedicata. Alcune Regioni sono intervenute con normative ad hoc che, in assenza di un quadro nazionale, ci restituiscono però una realtà legislativa decisamente frammentata.

Secondo Euricse le imprese di comunità sono state costituite principalmente per quattro ragioni:

- la necessità di ricostruire/rafforzare il tessuto sociale di un dato territorio (86,4%); contrastare lo spopolamento (81%); la necessità di rispondere a bisogni specifici della popolazione (77,3%); offrire servizi mancanti alla comunità (77%).

Nella ricerca di Euricse si legge: “il loro obiettivo è rispondere contemporaneamente a più bisogni all’interno della comunità”. Euricse classifica le attività realizzate da queste imprese in 4 macro aree: Turismo; Servizi alla persona; Artigianato; Agricoltura.

Noi di SIBaTer ci siamo confrontati con alcune Cooperative di Comunità con grande curiosità e interesse per i **progetti di comunità**. Quelle che abbiamo visto sono esperienze complesse di **rigenerazione territoriale, di valorizzazione di tradizioni e di lavoro, di promozione di cultura e di competenze, di recupero di mestieri**. In genere nei progetti delle Cooperative di Comunità tutte le attività sono compresenti e si rafforzano. Questo fattore, che rappresenta la capacità di rispondere alle esigenze e ai bisogni che emergono in queste piccole realtà, sono anche fonte di grande complessità perché, come ci hanno raccontato, l’assenza di normative ad hoc complica la gestione delle Cooperative a partire, per esempio, dal fatto che non esistono codici ATECO multifunzione e questo aumenta la burocrazia.

Le realtà che -fino a qui- abbiamo incontrato ci hanno colpito per alcuni elementi comuni di grande interesse:

- **la capacità di tenere insieme la tradizione e la contemporaneità.** L’idea di comunità che emerge da queste realtà è di *comunità nuove* che coniugano e tengono insieme le attitudini della tradizione, la capacità di accogliere e aprirsi a nuove forme di inclusione (aprendo l’ospitalità ad artisti, turisti, smart worker, ...) ed una grande consapevolezza del *genius loci* e degli elementi identitari di quei luoghi;
- **uno storytelling molto efficace che fa invidia ai migliori esperti di marketing.** Complice un’ondata di grande interesse per i piccoli borghi italiani (che già si stava diffondendo nel pre-Covid), le Cooperative di Comunità che abbiamo incontrato sono diventate, in questi ultimi mesi, oggetto di tanto interesse. Tuttavia, conoscendo i protagonisti, ci siamo resi conto che la forza dello storytelling di queste realtà è dovuta, principalmente, all’originalità delle iniziative, alla loro concretezza e al senso di possibilità che restituiscano e che smentisce l’idea che questi luoghi siano destinati all’abbandono;
- **il salto di scala quando si uniscono le competenze solide dei mestieri e quelle innovative.** Uno degli elementi di successo di queste iniziative sembra essere il connubio tra il recupero o il mantenimento delle competenze che si sono tramandate nel tempo -legate a mestieri della tradizione come l’agricoltura, l’artigianato o la produzione di cibi tipici- che si incontrano con la contemporaneità, fatta di metodi strutturati per la co-ideazione e il co-design di soluzioni oppure di nuovi strumenti di comunicazione e vendita (piattaforme di e-commerce, social media, ecc.), di competenze specifiche per il *social design*;
- **la modernità di una proposta allineata alla visione della sostenibilità economica, sociale, ambientale.** I servizi e le iniziative ideate in queste realtà sono segnate dalla consapevolezza di dover definire proposte e soluzioni che siano sostenibili dal punto di vista

economico e sociale. A queste due dimensioni si associa sempre la grande attenzione per la questione della tutela e dell'impatto sull'ambiente: una consapevolezza che pare precedere le altre due e che affonda le radici nell'ecosistema da cui queste storie di comunità gemmano;

- **la capacità aggregativa generativa di occasioni e innovazioni.** Le persone che aderiscono e si impegnano in queste iniziative sembrano avere grande voglia di comunità e grande voglia di riscatto. La forza aggregativa di queste esperienze favorisce non solo la possibilità di rimanere o di tornare a vivere in quei luoghi ma è generativa di novità, anche grazie a quello che si diceva sopra: il mix di competenze, la capacità di apertura e scambio con il resto del mondo, l'uso di nuovi strumenti, ecc.;
- **la forza delle reti territoriali se ci sono le istituzioni.** Le persone di un borgo che si uniscono e riattivano botteghe e iniziative commerciali, rilanciano l'agricoltura, riaprono case ormai chiuse da anni, possono essere ulteriormente coadiuvate dalla presenza di reti territoriali nelle quali anche le istituzioni svolgono un loro ruolo di facilitazione e supporto. Comuni, GAL o altri attori (Università, associazioni di categorie, ecc.) aiutano le Cooperative di Comunità attraverso un set di "servizi accessori" che possono ulteriormente rafforzare lo sviluppo delle progettualità (per esempio attraverso il fundraising, la partecipazione a bandi, l'offerta di proposte formative, ecc.). Questi attori, all'interno delle reti territoriali, possono realmente diventare piattaforme abilitanti, aprendo nuovi mercati, favorendo innovazioni di processo e di prodotto, ricomponendo le filiere (accorciandole in certi casi o facilitando l'accesso a catene produttive, in altri).

Come sottolinea la ricerca di Euricse, tra gli interventi privati orientati al sostegno e alla nascita di imprese di comunità, vanno ricordati i bandi promossi a livello nazionale dalle due principali centrali cooperative: Confcooperative e Legacoop.

È per questo che abbiamo anche deciso di confrontarci sulle Cooperative di Comunità con Giuseppe Daconto di Confcooperative e con Paolo Scaramuccia di Legacoop, in un'intervista doppia **disponibile sul nostro sito di Progetto.**