

GIORNATA DELL'ECONOMIA SOLIDALE DELL'EMILIA-ROMAGNA

22 marzo 2019

Indagine campionaria sull'economia
solidale in Emilia-Romagna
Risultati preliminari

A cura del

GLT «Consumo Critico, Promozione e Reti ES» ed ERVET

1

PERCHÈ UNA RILEVAZIONE SULL'ECONOMIA SOLIDALE?

- ▶ **Prima azione significativa** elaborata dai gruppi nati a partire dalla legge;
- ▶ Obiettivo di **raccogliere informazioni sul mondo delle ES** in assenza di fonti sistematiche e aggiornate;
- ▶ Mappatura iniziale **utile per approfondimenti successivi**;
- ▶ Fornisce basi concrete per avviare un **confronto con il livello istituzionale** sullo stato dell'ES;
- ▶ Finalità indiretta della ricerca: **sondare solidità** delle reti esistenti, **stabilire contatti** con nuove reti. In generale, suscitare **sensibilità collettiva** sui temi dell'ES.

QUALI INFORMAZIONI ABBIAMO RACCOLTO?

- ▶ Profili socio-anagrafici e organizzativi
- ▶ Storia
- ▶ Attività svolte e ambiti di intervento
- ▶ Contesto territoriale di riferimento e target
- ▶ Valori e progettualità

ASPETTI METODOLOGICI DELLA RILEVAZIONE

Gli strumenti : questionario online + interviste

Risposte al questionario : 88 soggetti

Interviste effettuate: 28

Chi ha risposto: iscritti al Forum sull'ES, contatti dei soggetti iscritti (reti), contatti pre-esistenti degli aderenti al Creser, GAS censiti in archivi regionali, imprese, produttori, cooperative provenienti da altre iniziative regionali

Localizzazione del campione: risposte concentrate in 3 territori (BO, MO, PR: 60%). Riflettono composizione gruppo proponente. Realtà romagnole e del ferrarese meno presenti.

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (1): L'organizzazione

- ▶ **FORMA SOCIETARIA:** netta prevalenza di associazioni registrate (47%). Per il resto si tratta di cooperative (18%), e gruppi informali (13%). Meno presente il mondo di imprese e cooperative;
- ▶ La distribuzione non cambia significativamente tra aderenti e non aderenti al Forum.

	Non aderenti	Aderenti	Totale
Associazione (registrata)	50,0	44,4	47,1
Cooperativa sociale	16,7	20,0	18,3
Gruppo informale	11,9	13,3	12,6
Altra forma	21,4	22,3	22,0
Totale	100,0	100,0	100,0
Numero soggetti rispondenti	43	45	88

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (1): L'organizzazione

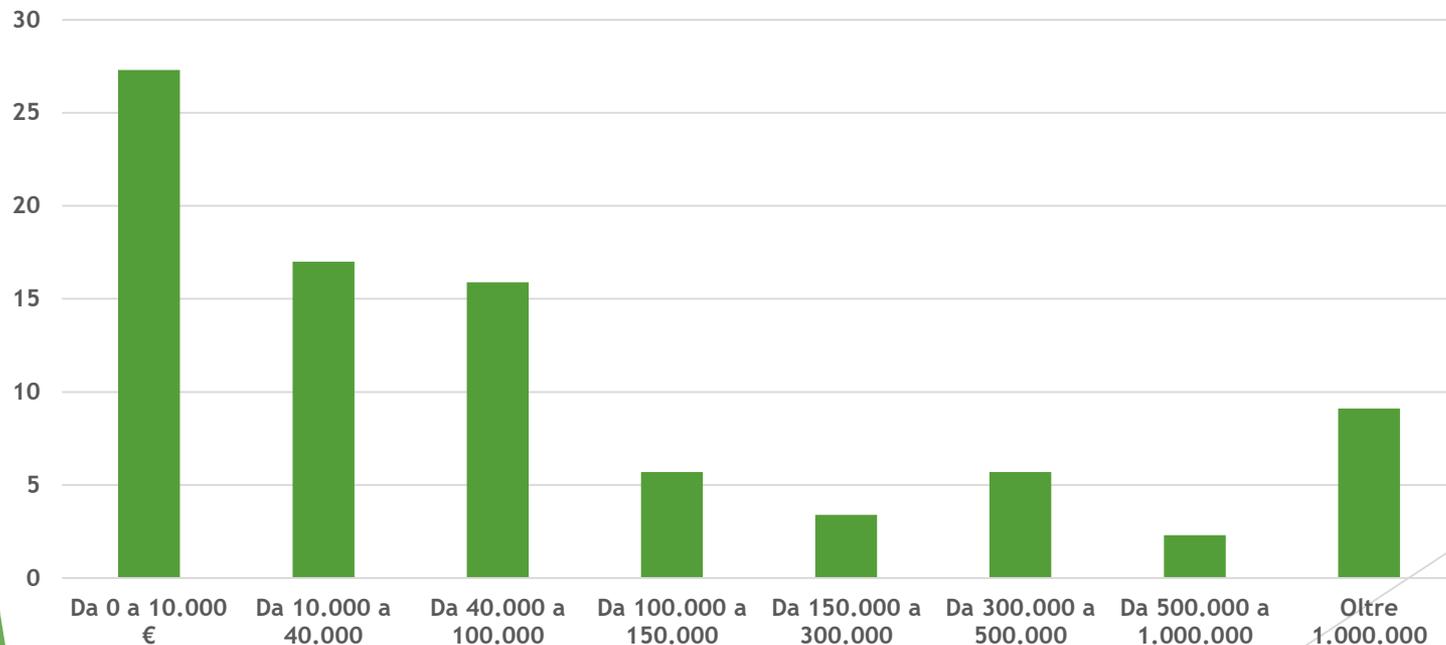
- **ANNO INIZIO:** circa la metà delle realtà sono già consolidate (esistono da almeno 10 anni e il 24% da prima del 2000). Solo il 16% ha meno di 5 anni di storia.

Gli aderenti al Forum si distinguono dai non aderenti per il fatto di essere decisamente più «vecchi».

	Non aderenti	Aderenti	Totale
Prima del 1999 (20 anni o più)	18,6	28,9	23,9
Dal 1999 al 2008 (10-20 anni)	25,6	26,7	26,1
Dal 2009 al 2013 (5-10 anni)	30,2	37,8	34,1
Dopo il 2013 (meno di 5 anni)	25,6	6,7	15,9
Totale	100,0	100,0	100,0
Numero soggetti rispondenti	43	45	88

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (1): L'organizzazione

- **FATTURATO:** Circa il 10% ha fatturato sopra il milione di euro. Quasi un terzo dichiara un bilancio inferiore ai 10.000 euro annui. Complessivamente **i 2/3 delle realtà sono sotto i 100.000 euro**. «Nanismo»? E' un problema o una peculiarità?



7

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (2):

Ambiti di intervento/attività



- ▶ Tra gli ambiti di intervento, netta prevalenza della voce «consumo critico/promozione ES» (31% di risposte), seguito da «commercio equo» e «produzione bio/agricoltura» (entrambi 15% di risposte);
- ▶ Le prime tre voci attraggono complessivamente il 60% delle risposte, mentre tutte le altre voci risultano meno rilevanti;
- ▶ Questa distribuzione riflette la composizione dei Gruppi di lavoro Tematici emersi dal Forum.

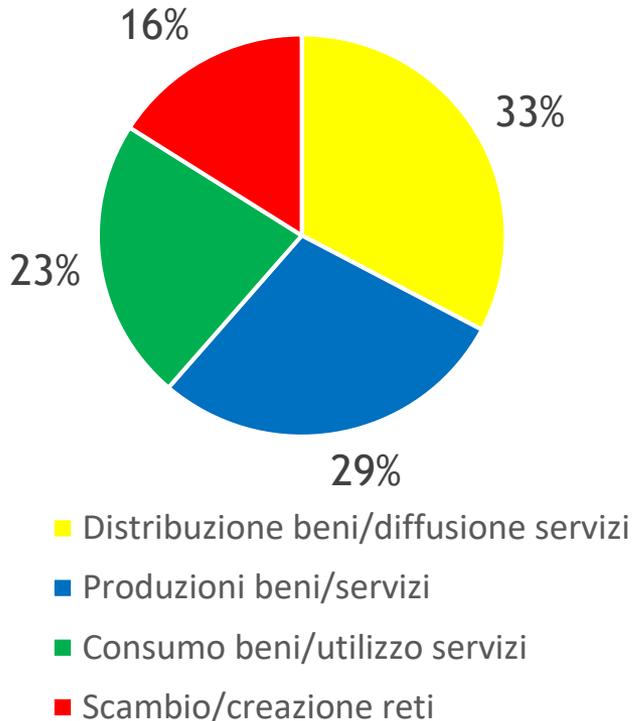
I RISULTATI DEI QUESTIONARI (2):

Ambiti di intervento/attività e anzianità

1. Il settore legato a **biologico/filiera corta** è quello che dimostra maggiore vivacità negli ultimi anni (*67% delle realtà nate negli ultimi 10 anni di cui ¼ negli ultimi 5*)
2. Il «**consumo critico**» conferma la propria leadership con numeri costanti di crescita anche negli ultimi anni (*50% delle realtà negli ultimi 10 anni*)
3. «**risparmi energetico/rinnovabili**» ed «**edilizia sostenibile**» e «**trasporto collettivo**» sono temi che si sono affacciati negli ultimi anni (*tutte le iniziative nascono negli ultimi 10 anni*)
4. Alcuni temi dimostrano presidio costante negli anni «**garanzia partecipata**», «**finanza etica**» oltre al tema «riuso e riciclo» entrato prepotentemente nell'agenda delle politiche solo recentemente.

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (2):

Ambiti di intervento/attività



Rispetto all'attività svolta non emerge un'unica specializzazione. Maggiore rilevanza assumono le attività di

- «distribuzione e diffusione» di beni e servizi (33%)
- «produzione» di beni e servizi (29%)

Minore rilevanza per: «consumo e utilizzo» di beni e servizi (23%) e «scambio e creazione» di reti (16%).

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (3): Le persone

- ▶ Le realtà dell'ES intercettate dall'indagine **si fondano in larga parte sul volontariato;**
- ▶ **In ben il 56% dei casi** le attività dei gruppi sono svolte senza la presenza di alcun lavoratore dipendente;
- ▶ **Al contrario, ogni realtà dispone in media di 22 volontari (15 escludendo le realtà principali).** Solo il **17% non ha alcun volontario;**
- ▶ Tra i volontari, **ampia presenza di donne** (nel 75% dei casi sono «più della metà»). **Minore presenza di volontari giovani** (mancano nel 55% dei casi).

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (4):

Rapporti con il contesto

- ▶ **Il radicamento locale è significativo** soprattutto in termini di **partecipazione alle iniziative** promosse nella comunità di riferimento. Il 50% delle realtà partecipa «spesso», il 40% «ogni tanto». La presenza sul territorio è **meno rilevante** laddove richiede un **ruolo più attivo** (di organizzazione e/o di proposta);
- ▶ **Provengono dalla comunità di riferimento soprattutto i soci** (il 74% dei rispondenti hanno tutti i soci locali), **meno i clienti/utenti** (nel 50% sono tutti locali), nettamente meno i fornitori (22%). Il localismo è un elemento di forza, ma può indicare anche propensione alla chiusura;
- ▶ **Target di riferimento: i cittadini in generale (33%) e i consumatori (28%)**. Nel complesso queste due categorie rappresentano oltre la metà del target. Meno rilevanti risultano associazioni, produttori e istituzioni (10-15%).

I RISULTATI DEI QUESTIONARI (5): La legge

- ▶ La **quasi totalità** delle realtà campionate è a **conoscenza dell'esistenza della Legge regionale sull'ES (91%)**.
- ▶ La **metà dei rispondenti** fa già parte del Forum regionale sull'ES.
Tra quelli che non ne fanno parte, si delineano due gruppi distinti:
 - chi non aderisce per scelta (18%)
 - chi non ne conosce le attività (29%).

I «non sufficientemente informati» rappresentano un bacino ampio su cui impostare un'azione di sensibilizzazione. Sono distanti non per disinteresse o rifiuto e potrebbero essere «conquistati» con azioni mirate.

I RISULTATI DELLE INTERVISTE (1):

I principali valori dell'ES

- ▶ **Commercio equo e consumo critico/consapevole** - Doppio target: popolazioni del Sud del mondo e locali. Agricoltura sostenibile, supporto ai piccoli produttori, anche biologici non certificati tramite il *processo di garanzia partecipata*;
- ▶ **Ambiente, alimentazione** - temi della *salvaguardia*, del *rispetto* e della *trasparenza*;
- ▶ **Giustizia e diritti nel mondo del lavoro** - obiettivo della trasformazione in termini di *giustizia sociale* della società; scelta fornitori su base locale, rispetto territorio e diritti per *l'autodeterminazione*, lotta per *equità* e *contro la discriminazione*;
- ▶ **Solidarietà tra persone e attenzione alla persona** - modalità di rapporti improntata a un *codice etico*, *mutualità* che va oltre il risparmio economico; attenzione alle persone in situazioni di fragilità.

14

I RISULTATI DELLE INTERVISTE (2):

I «perché» dell'adesione

- ▶ **Cittadinanza responsabile:** essere parte dell'ES comporta «doversi interfacciare con il mondo economico in maniera *attenta e consapevole* per poter cambiare qualcosa». Si usano canali solidali «per sostenere soggetti alla pari *senza intermediari*»;
- ▶ **Circolarità:** «creare *non debiti ma occasioni di reciprocità* in cui le persone possano ricambiare e in cui tutti siano alla pari»; attenzione verso i *beni comuni* e la cura. Idea dialogica di solidarietà: «siamo complessivamente *co-responsabili in una dimensione di prossimità*»;
- ▶ **Il riconoscimento sta nella prassi:** «progetti economici realizzati con la *compartecipazione*»; gratuità, perché «chi si impegna non ha un *tornaconto personale ma collettivo*; «pratiche portate avanti da quel pezzo di società desideroso di organizzare *attività solidaristiche, autogestite, rispettose dell'uomo e dell'ambiente*».

15

I RISULTATI DELLE INTERVISTE (3)

Punti di forza dell'impegno nell'ES

- ▶ **La specializzazione:** conta «avere acquisito *know-how* in una filiera particolare», esiste una «molteplicità di competenze», «la differenziazione aiuta a sostenersi reciprocamente»;
- ▶ **Essere comunità:** importanza di avere un gruppo «*coeso*, numeroso, compatto, coinvolto»; fare le cose assieme implica «essere dentro *reti di collaborazioni* a livello locale», «avere tutti la stessa idea di lavoro»;
- ▶ **Presenza continua:** *affidabilità* acquisita nella gestione dei servizi; ruolo di cerniera delle figure storiche che «tengono relazioni con il contesto». Per le realtà più strutturate, «avere un'*organizzazione di supporto* solida aiuta»;
- ▶ **Il metodo:** non solo partecipare, ma anche «*decidere assieme* in modo orizzontale e in una cogestione delle responsabilità».

I RISULTATI DELLE INTERVISTE (4)

Elementi di debolezza e margini di miglioramento

- ▶ **Modello radicato ma impermeabile al cambiamento:** difficile penetrazione dell'“idea di innovazione”; problema di essere «*sottodimensionati* per le attività che vengono intraprese»; fatica a organizzare: «*il lavoro volontario non basta*, non consente di offrire servizi continuativi e professionali»;
- ▶ **Il tempo come limite:** *difficile «conciliazione»* tra impegno e vita quotidiana (soprattutto per i GAS e le realtà poco strutturate) in assenza di personale che possa seguire gli aspetti organizzativi;
- ▶ **Il mancato ricambio generazionale:** l'ES può contare su generazioni di attivisti fedeli ma *fatica a trasmettere* i suoi valori tra i giovani (pochi, poco attratti dal lavoro lungo e dai risultati non immediati);
- ▶ **Sconosciuti ai più:** l'ES soffre la *poca visibilità esterna*; attività confinate in circuiti chiusi finiscono per «intercettare persone già sensibili»; i rapporti con il livello istituzionale sono ancora limitati.

17

IN CONCLUSIONE, A COSA È SERVITA LA RILEVAZIONE?

- ▶ Avviare una **prima mappatura** di un mondo largamente sconosciuto per storia, organizzazione, attività e valori;
- ▶ **Favorire la conoscenza** delle realtà che operano all'interno del Forum e delle realtà dell'ES che potrebbero aderire;
- ▶ Suggestire **argomenti meritevoli di approfondimento** (fabbisogni delle organizzazioni dell'ES, principali fonti di sussistenza (pubbliche?, private?, autofinanziamento?, ecc.);
- ▶ **Offrire temi e materiali** per la promozione di iniziative pubbliche sull'ES.

**BUON
PROSEGUIMENTO!**
solidale@ervet.it

19