



S-NODI

fa bene.

LA PRATICA FA BENE

Una strategia di inclusione e sviluppo
locale sostenibile

POSITION PAPER

AUTORI

Tiziana Ciampolini
Tommaso Tropeano
Daniele Vico

INDICE

1. INTRODUZIONE

Oltre la crisi, per generare prosperità economica,
inclusione e coesione PAG. 3

2. IL SISTEMA “FA BENE”

..... PAG. 4

3. LA PRATICA “FA BENE MERCATO”

..... PAG. 7

4. NON SOLO MERCATO

Verso comunità aperte e inclusive PAG. 12

5. UN PATTO PER REALIZZARE COMUNITÀ FA BENE NEI CONTESTI LOCALI

..... PAG. 14

6. GLI STRUMENTI DI ACCOMPAGNAMENTO ALL’INNOVAZIONE

..... PAG. 17

RIFERIMENTI

..... PAG. 20

1.

INTRODUZIONE

Oltre la crisi, per generare prosperità economica, inclusione e coesione.

L'emergenza COVID-19, porta sotto i riflettori l'urgenza della **crisi ecologica** e le sue interconnessioni con un modello sociale ed economico non più sostenibile, come l'**Enciclica Laudato Si** (Francesco, 2015) aveva già evidenziato: l'avanzata della città sulla campagna, l'erosione della biodiversità degli ecosistemi locali, la crescita vorticosa della mobilità transnazionale, la debolezza della cooperazione internazionale.

Le deboli politiche di sviluppo esacerbano le diseguaglianze territoriali, mostrando la ineguale copertura digitale che permette di usufruire di servizi essenziali come la scuola, la cura della salute, la mobilità.

L'ampia diffusione delle persone senza lavoro, con lavoro precario e irregolare, la presenza di una elevata quota di popolazione che non ha margini di risparmio per reggere anche poche settimane senza entrate, hanno fatto il resto.

Se queste tendenze non verranno rapidamente invertite, si creerà un numero sempre maggiore di territori marginali, abitati da persone altrettanto marginali (donne, disabili, persone senza lavoro, minoranze etniche) e marginalizzate da sistemi pubblici e comunitari deboli, che non consentono di fornire una adeguata protezione ai più poveri. Servono pertanto infrastrutture comunitarie e politiche pubbliche orientate ad un nuovo modello sociale, per dare vita ad una nuova alleanze tra società civile e politiche per uno sviluppo più sostenibile.

2.

IL SISTEMA “FA BENE”

fa bene.[®] è un **sistema di pratiche, servizi e prodotti che “fanno bene” alle persone e alle loro comunità** e che si pongono l’obiettivo di generare servizi e economie che tendono a ridurre le diseguaglianze di opportunità nei contesti in cui sono applicate, perché sviluppano programmi di partecipazione civica e di sviluppo di competenze per le persone più fragili in collaborazione con la loro comunità locale (www.fabene.org).

fa bene.[®] è anche un marchio a cui aderiscono le organizzazioni che creano iniziative per produrre ricchezza comune con il **protagonismo dei più vulnerabili**. “fa bene” nasce nei mercati rionali di Torino durante la crisi economica del 2007. Sin dagli esordi, si pone l’obiettivo di creare una comunità di pratiche che **trasforma le crisi in opportunità**. La prima esperienza si sviluppa nel 2012, nel mercato rionale torinese di Piazza Foroni in Barriera di Milano, come risposta concreta dei commercianti, cittadini, volontari, operatori sociali, alle persone colpite dalla crisi che non volevano sentirsi povere ma protagoniste della ripartenza. Quella esperienza si è trasformata in un attivatore di cittadinanza in cui cittadini, scuole, produttori, imprenditori, istituzioni mettono in circolo le proprie risorse per creare nuove opportunità per le persone e i territori, a partire dai più marginali.

“fa bene” si caratterizza da subito per alcuni ingredienti: **il cibo, le relazioni di qualità, l’economia sociale e solidale** e la **circularità**. Sin dagli esordi, il meccanismo cardine di “fa bene” è stato quello del **Caffè Sospeso**: si va al mercato, si compra per sé e si lascia una spesa pagata per qualcuno del proprio quartiere. Il commerciante, che guadagna di più, lascia anch’egli una

quantità di merce a disposizione del progetto. Attraverso questo meccanismo, è molto semplice moltiplicare il valore.

2.1 Dal caffè sospeso all'economia sociale e solidale

La **Spesa Sospesa** di **"fa bene"** nasce come un gesto di **cura** e di **attenzione** di una comunità nei confronti dei suoi abitanti. La pratica del **Caffè Sospeso**, a Napoli, nasce nello stesso modo. È stata originata da gesti di signorilità di cittadini verso altri concittadini che non potevano permettersi neppure un caffè, in un periodo storico di grande criticità e di particolare difficoltà socio-economica, qual era l'epoca dell'immediato secondo dopoguerra. È un gesto di **mutuo sostegno** e di accrescimento della **coscienza civica**. Abitudine e prassi solidale che fa girare l'economia e che denota e caratterizza l'identità di un popolo radicata nel **rispetto**, nella **dignità** e nella **generosità**. È un gesto così semplice che può essere insegnato e incentivato perché diventi comportamento virtuoso adottato da tanti. In un gesto semplice, anonimo, generoso troviamo una **straordinaria umanità e generatività**. A partire dalla crisi del 2008, quella pratica si è diffusa in tutto il mondo: dal caffè al passaggio aereo sospeso, sospesi il pane, la pizza, interi carrelli della spesa, pasti completi, vestiti, abbigliamento intimo, libri, ticket per il cinema e il teatro. In qualche caso anche i biglietti aerei, come fa Vueling con il "passeggero in sospeso".

Questa evoluzione ha permesso la creazione di una **nuova forma di socialità che genera economia**. All'università di Berkeley, che ha dedicato all'argomento studi approfonditi, è chiamata *Pay it forward*, intendendo la **gratitudine come leva per il cambiamento** (Marrazzo, 2020). La gratitudine e la riconoscenza, secondo i ricercatori di Berkeley, permettono di **arricchire e moltiplicare le risorse** e pongono le persone in una posizione attiva: **restituire valore** alle cose e alle persone, **restituendo dignità e importanza** anche ad un kg di zucchini donato, può avere un **effetto**

moltiplicativo in virtù del principio di **reciprocità** insito nella **gratitudine e riconoscenza**.

2.2 La leva della reciprocità

La **reciprocità** è soprattutto un **modo di agire e un modo d'essere**. La postura della reciprocità si coglie in maniera sottile nel modo in cui l'altro sta nella **relazione** e definisce la relazione. In altri termini, per "reciprocità" si intende *tutto ciò che avviene fra due persone, due cose, due gruppi in modo che ad un'azione o ad una cosa ricevuta da uno dei due termini corrisponda un'azione o cosa equivalente per l'altro termine*. Il termine è molto utilizzato in matematica, in economia (in particolare nell'ambito dei mercati politico/finanziari), in fisica e in psicologia (Ciampolini, 2019). A partire dalle discipline psicologiche, in particolare, è possibile osservare che nella specie *Homo sapiens sapiens* si stabiliscono sistemi molto complessi di reciprocità che partendo dai gesti e dagli atteggiamenti corporei, con l'attivazione degli **schemi emozionali senso-motori**, dei modelli operativi interni, arrivano alla **costruzione di significati personali** (Gilbert, 1997). Nella reciprocità le persone sono inevitabilmente connesse per la costruzione che ognuno fa dei comportamenti, dei significati connessi, che non devono essere identici ma "compatibili". Delicatissime da questo punto di vista le **relazioni di aiuto**, in particolare quelle rivolte a persone che non sono abituate ad avere ruoli passivi ma che sono abituate a processi di scambio in cui ad una azione di aiuto/dono si attiva una relazione corrispondente (Lichtenberg, 1995). In genere quindi le persone che ricevono sono **abituato a restituire** per gratitudine e per riconoscenza dei confronti di chi ha donato/dato. **Le esperienze economiche improntate a questa gratuità e reciprocità hanno una funzione importante di civilizzazione del mercato.**

Questi elementi immateriali sono in realtà **vettori per potenziare** l'attrattività di un territorio verso domande più consapevoli, investendo nel **capitale territoriale e comunitario** che mette in risalto le componenti

immateriale ed emotive di un luogo e che può essere un motore di crescita autonomo, autopropulsivo, partecipato, relazionale.

In questo modo si suggerisce la strada per una pianificazione e una gestione che possa integrare la prospettiva economico-territoriale e quella umanistica-sociale-culturale.

3.

LA PRATICA “FA BENE MERCATO”

“**fa bene mercato**” è una delle prime pratiche specifiche sviluppate nel sistema “fa bene”. La **dinamica di “fa bene mercato**” è molto semplice: chi va a fare acquisti al mercato lascia una spesa pagata per qualcun altro. I commercianti, a loro volta, possono integrare gli alimenti donati con altre donazioni. I beneficiari che ricevono i pacchi alimentari, a loro volta, ricambiano offrendo al progetto alcune ore del proprio tempo e vengono coinvolti nelle attività.

L’obiettivo di “fa bene mercato” è agire sulla **società civile** affinché si prenda cura efficacemente dei suoi membri più fragili, **superando** l’approccio assistenzialistico attraverso un programma di partecipazione civica in cui le persone vulnerabili sono considerate cittadine e non beneficiari: “fa bene mercato”, infatti, coinvolge **attivamente** famiglie che attraversano un momento di difficoltà economica, cittadini, associazioni, imprese, enti e istituzioni pubbliche e private. La **reciprocità** è il cardine del progetto: attraverso una **responsabilità** e una **progettazione condivisa** il progetto “fa bene mercato” diventa **circolare**, perché le energie utilizzate non si disperdono e vengono “riciclate”. “fa bene mercato” infatti, fino ad oggi, si è sviluppato partendo dal “**patto di reciprocità**” che firmano i beneficiari

impegnandosi a donare tempo e competenze per la comunità in cambio di **cibo fresco e di qualità**. È un **processo di sviluppo sociale innovativo e trasformativo** che prevede l'utilizzo delle risorse (naturali, politiche, economiche e sociali) in modo tale che, messe a sistema, creino un **ecosistema circolare e sostenibile**.

La scelta di integrare il flusso di risorse messe a disposizione dalle persone più vulnerabili con interventi mirati alla **ricostituzione del capitale** (culturale, relazionale, di fiducia, ecc.), è la scelta di fondo della **logica dell'intervento circolare** che ambisce a produrre il superamento dello status di utenti/beneficiari di servizi per riattivare persone che compartecipano alla creazione di valore nella comunità. Ci guadagnano infatti:

- **le persone e le famiglie in difficoltà**, a cui viene garantito il diritto al cibo, ma che grazie ai patti e alle azioni di reciprocità, vengono riconosciute dalle proprie comunità come persone portatrici di capacità e non più soltanto come portatrici di bisogno;
- **i commercianti**, protagonisti di azioni di riduzione dello spreco alimentare, attivatori di solidarietà (sono loro che si spendono in prima persona per promuovere le donazioni da parte dei clienti), ma anche beneficiari di un aumento delle entrate (la merce che viene donata agli indigenti viene acquistata dai clienti al banco) e di un ritorno d'immagine positivo;
- **i cittadini**, che donano cibo fresco e di qualità e che si sentono parte di una comunità e possono rendersi protagonisti di un progetto sostenibile e positivo per il loro territorio;
- **le associazioni del territorio**, che si impegnano nell'accogliere e/o nello strutturare i percorsi di reciprocità: si tratta di un grosso impegno che consente alle associazioni stesse di riscoprire e riaffermare la loro identità sociale e, in alcuni casi, di "rimettersi in gioco" agendo relazioni

di comunità con i singoli, con le altre organizzazioni del terzo settore e con i soggetti pubblici;

- **i social investor** (fondazioni e enti filantropici), che, finanziando un progetto come “fa bene”, investono in un processo di prossimità che genera benefici ambientali, sociali ed economici;
- **la Pubblica Amministrazione**, che, grazie ad un progetto di questo tipo acquista fiducia, migliora la sua immagine e investe in processi sostenibili e di sostegno alle zone a rischio della città.

La presenza di tutti questi stakeholder che lavorano insieme può potenzialmente portare ad altre iniziative e **moltiplicare gli effetti** di un semplice progetto. Stakeholder così diversi ma con un **obiettivo comune** possono infatti generare altre collaborazioni e altre idee.

3.1 Gli effetti della pratica “fa bene mercato”: il cittadino da scarto a risorsa

Nell'anno 2019, insieme Dipartimento di Culture, Politiche e Società dell'**Università di Torino**, è stata prodotta una ricerca dal titolo “Economia circolare e inclusione sociale: il progetto fa bene Torino nella prospettiva del Sustainability Life Cycle Assessment”. È stato valutato l'impatto sociale, economico e ambientale del progetto “fa bene mercato” a Torino nel 2019, cercando di capire se fosse un processo circolare in grado di moltiplicare risorse. Per questo studio è stata scelta la metodologia del **Sustainability Life Cycle Assessment** (Benoit&Mazijn, 2009). Il SLCA è lo **strumento operativo** del **Life Cycle Thinking**, inteso come un modo di pensare innovativo che analizza il processo di produzione e studia impatti ambientali, economici e sociali durante l'intero ciclo di vita del prodotto. Questo concetto contribuisce all'elaborazione dell'**economia circolare** e la metodologia scelta è utile per valutare, oltre agli effetti di un processo sull'ambiente e sull'economia, anche i suoi benefici sulla società. Il Sustainability Life Cycle Assessment, infatti, è uno strumento che permette

di analizzare e raccogliere le informazioni sul prodotto, servizio o processo identificando i flussi di materia, energia, risorse e determinando gli impatti sulle tre sfere della sostenibilità. Questa metodologia è oggi riconosciuta a livello internazionale come strumento efficace per valutare la sostenibilità di un processo. La ricerca ha quindi indagato se l'approccio "fa bene" fosse un progetto sociale circolare con impatto sostenibile.

Dalla questa ricerca, **S-Nodi** ha notato che:

- a **livello economico**, nel 2019 sono stati generati 146.594,92€. Di questi, 78.694,80€ è stato l'input economico (in termini di donazioni di cibo, ore di lavoro dei volontari e dello staff), mentre l'output economico è ammontato a 67.840,40€ (ore di lavoro "restituite" dai beneficiari verso la comunità e pacchi alimentari preparati). Per **ogni euro investito, sono stati generati 2,5 euro** circa in ore di volontariato, risparmio di acquisto di cibo per le famiglie fragili e ore di restituzione (positivo e sostenibile)¹;
- a **livello ambientale** sono stati raccolti circa 20.000 kg di cibo di cui **10.000 circa dell'invenduto di fine giornata che invece di essere buttato viene donato** (beneficio per ambiente)²,
- a **livello sociale**, oltre alla donazione di 873 pacchi di cibo per famiglie fragili, il **cambiamento generato per beneficiari e volontari è consistente**: nel periodo preso in considerazione dalla ricerca, in media, il livello di soddisfazione è aumentato del +20% (+20% tra i beneficiari e +7% tra i volontari), il sentimento di isolamento si è ridotto del -19% (21%

¹ La stima dei costi variabili annuali è di circa 60.000 euro (per 7 territori coinvolti in "fa bene mercato"). Si può quindi ricavare una proiezione del progetto "fa bene" per evidenziare le sue potenzialità economiche: per ogni euro investito in un processo come questo si generano 2,5 euro circa.

² Il totale raccolto dalle donazioni dei commercianti è pari a 5.606,5 kg, l'invenduto ha portato 9.679,42 kg mentre il totale delle donazioni dei clienti sui vari territori equivale a 4.742,495 kg. Sono stati consegnati nel periodo tra marzo e dicembre 873 pacchi per famiglie fragili con un raccolto di 10.046,9 kg di cibo.

beneficiari, -16% volontari), l'autostima è aumentata del +10% (+12% beneficiari, +8% volontari), il cambiamento delle abitudini alimentari verso un'alimentazione sana è aumentato del +5% (+6% beneficiari, +3% volontari) e la conoscenza del territorio è aumentata del +18% (+20% beneficiari, +15% volontari)³.

Questi dati ci mostrano come il processo studiato sia molto interessante perché mette in circolo e in relazione molte risorse diverse con l'obiettivo comune di **ridurre le disuguaglianze di opportunità**. Inoltre, è importante sottolineare che tutto il cibo raccolto, nella logica della sostenibilità, è **cibo fresco e di qualità**. Questo è importante perché, se si vuole lavorare sulla **dignità** delle persone, donare qualcosa di buono e sano diventa fondamentale per non far sentire il più debole uno "scarto".

La pratica "**fa bene mercato**" dunque si configura come pratica **di welfare circolare**, in quanto quando applica la logica di "**zero sprechi**" e "**zero rifiuti**" non solo alle risorse materiali, ma anche a quelle umane e sociali: nessuno è uno scarto, tutti possono partecipare come **cittadini attivi**. Chi ha bisogno non è solo "assistito", ma piuttosto diventa **co-produttore** di servizi, relazioni e valore per il territorio, mettendo in gioco le proprie risorse e competenze, in base ai principi di **reciprocità** e **sussidiarietà**: un sistema virtuoso di relazioni senza differenza tra chi dona e chi riceve, tra l'operatore sociale e il volontario, tra l'utente e il professionista, perché tutti sono coinvolti in processi di dono, scambio e condivisione con un obiettivo ben preciso: la **riduzione dell'esclusione sociale**. In questa ottica, anche le **energie umane** sono pensate come **rinnovabili**: se si lavora bene, le pratiche attivate e gli attori mobilitati generano a loro volta sempre nuovi processi di creazione di **capitale economico e sociale**, che non puntano solo a redistribuire la ricchezza, ma anche a produrne. Inoltre, attraverso la **co-**

³ Sia per i volontari che per i beneficiari, lo studio è stato strutturato attraverso la percezione di cambiamento tra il tempo 0 e il tempo 1 per alcune sottocategorie di analisi: soddisfazione, riduzione dell'isolamento, autostima, alimentazione sana e conoscenza del territorio.

progettazione e la **co-responsabilità** tra gli attori del territorio coinvolti, risorse ed **energie** vengono **condivise, riutilizzate e non si disperdono**.

4.

NON SOLO MERCATO

Verso comunità aperte e inclusive.

Per sviluppare **valore comunitario**, necessario per far maturare ulteriori processi di sviluppo locale condiviso, oltre alla pratica "fa bene mercato", "fa bene" ha dato origine ad altre pratiche concrete che formano un **ecosistema sociale e solidale**. Tra queste:

- **Infopoint fa bene:** nei mercati rionali, dove la presenza degli stand "fa bene" anima la cittadinanza (acquirenti, scuole, famiglie) alla *partecipazione civica e al diritto alla salute*;
- **fa bene in ascolto:** processi di ascolto gestiti da volontari per rinforzare le capacità delle persone, ridurre la stigmatizzazione e costruire strategie di prossimità tra cittadini;
- **Radio fa bene:** un programma radiofonico per intrattenere con musiche, storie e attività, anche le persone più fragili. Realizzato con l'emittente di comunità "Radio Backwith"⁴;
- **Consonanze:** una rassegna di musica, parole e incontri che unisce convivialità ed incontro, dando vita a uno spazio di condivisione e celebrazione delle differenze basato sull'incontro interculturale, stimolando l'integrazione e l'impegno civile;
- **Ristoranti di comunità:** piatti pronti di cucina tradizionale, destinati durante l'emergenza COVID-19 a persone senza dimora e

⁴ In collaborazione con Ufficio Pio

comunità in difficoltà, replicati come esempio di attività imprenditoriale ad ampio impatto sociale: valorizzazione della tradizione locale, sostegno a persone in difficoltà, promozione dell'alimentazione sana, opportunità di formazione professionale per giovani;

- **Arte fa bene**⁵: una rete di solidarietà tra artisti e mondo sociale, per diffondere attraverso diverse forme espressive la cultura del cibo di qualità, della tutela dell'ambiente, della circolarità, della sostenibilità. Nel periodo dell'emergenza sanitaria ha permesso raccolta fondi straordinaria per iniziative emergenziali grazie alla vendita online di opere d'arte; proseguirà in futuro a favore di bambini e persone vulnerabili;
- **Cucine di comunità**: un insieme di laboratori (culinari, artistici, etc), intrecciati in vario modo alle iniziative citate sopra (Cucine, Radio...) che amplia le opportunità di partecipazione concentrandosi sull'empowerment dei cittadini più vulnerabili, rafforzandone le soft skills;
- **Prodotti "linea fa bene"**: una linea di prodotti alimentari derivanti da filiere di agricoltura sociale e basati su processi di economia circolare e sociale, che fanno bene a chi produce, a chi acquista, all'ambiente;
- **Inclusione lavorativa**: nel mondo agricolo, della ristorazione e in altri contesti per persone fragili. Quest'ultima rappresenta l'asse principale di sviluppo del sistema.

Queste pratiche hanno l'obiettivo di ripensare soluzioni locali di sviluppo sostenibile locale. La progettazione di "fa bene" deve essere di in grado di individuare le risorse nascoste e non sfruttate presenti nei territori e nelle comunità che li abitano, valorizzandole per generare valore che rimanga nei territori e che sia distribuito in modo equo, inclusivo e sostenibile. Pertanto,

⁵ artefabene.it

oltre al valore sociale, ambientale ed economico propri dello sviluppo sostenibile, è essenziale agire per generare nuovo **valore comunitario**, per ricostruire relazioni di fiducia e cooperazione e offrire ai diversi membri della società un **orizzonte valoriale comune**, basato sulla **giustizia sociale e ambientale**, sul quale progettare e implementare progetti condivisi e di lungo termine.

Lo sviluppo sostenibile, arricchito e complementato dalla visione comunitaria, offre tutti gli spunti necessari per disegnare un **nuovo paradigma economico** che superi la centralità del mercato e del profitto ad ogni costo e ritorni ad essere **al servizio dell'essere umano, delle comunità, dell'ambiente**. Strumento privilegiato per disegnare questo nuovo modello è l'**economia sociale e solidale** la quale, anche supportata da nozioni di economia circolare come nel caso della pratica "fa bene mercato", offre pratiche socio-economiche fortemente adattive ai contesti locali, in grado di subordinare il **valore economico** alla creazione di valore **sociale, ambientale e comunitario** per i territori in cui operano.

5.

UN PATTO PER REALIZZARE COMUNITÀ "FA BENE" NEI CONTESTI LOCALI

Da circa due anni, S-nodi sta lavorando con altri soggetti per ibridare competenze e reti per la realizzazione di nuovi servizi di comunità, nuovi processi di partecipazione per traguardare percorsi di economia sociale e solidale e per realizzare **"comunità fa bene"** in altri contesti territoriali, in Italia e all'estero. Queste collaborazioni (aperte ai soggetti che intendono contribuire allo sviluppo locale con i valori sintetizzati nel marchio **fa**

bene.[®]) intendono essere un **segno concreto per invertire la rotta, valorizzando presidi territoriali** che combinano salute, welfare ed economia sociale e solidale, in grado di offrire opportunità a chi è rimasto senza lavoro ma anche riconoscere i lavoratori invisibili, in particolare gli immigrati e i migranti, che in questo momento si occupano di contribuire al funzionamento di molte filiere produttive, in primis quelle agro-alimentari che rappresentano beni primari ed essenziali. Infatti, S-Nodi considera pratiche innovative in ambito agro-alimentare, ad esempio **l'agricoltura sociale**, come definita e praticata da Coldiretti (2020), come "luoghi" e "strumenti" importanti e innovativi per affrontare in modo concreto sacche di disagio, aree di debolezza, tematiche legate alle umane fragilità. L'agricoltura sociale permette di dare vita a **progetti, servizi di comunità, esperienze di economia sociale e solidale** capaci di realizzare un modello di società più giusta, partendo dalle opportunità concrete offerte a donne, giovani, immigrati, persone gravemente marginalizzate: non solo opportunità di socializzazione ma anche integrazione, con veri e propri contratti di lavoro che restituiscono dignità e permettono di re-immaginare in modo realistico il futuro in cui si possono creare servizi comunitari di qualità, possibilità per il cittadino di scegliere il cibo più adatto alle proprie esistenze, minori costi per il welfare del nostro Paese, maggior tutela dell'ambiente. L'agricoltura sociale diventa un'occasione di **innovazione sociale** in cui vengono integrati nuovi servizi socio-sanitari di prossimità, riduzione dello spreco di risorse, fronteggiamento delle emergenze ambientali e sociali per dare maggiore centralità ad uno **sviluppo umano sostenibile**.

La necessità di investire in pratiche che permettano di raggiungere alcuni importanti obiettivi strategici di sviluppo locale (per contribuire alla realizzazione della Strategia EU2020 della Commissione Europea), diventa cruciale in alcune **aree interne** del Paese, dove lo spopolamento riduce la possibilità di sviluppare nuove economie, di assicurare il necessario ricambio generazionale e di **fornire strumenti e servizi** per consentire sia la

permanenza sul territorio della popolazione anziana, sia l'insediamento di giovani.

Per questo è particolarmente importante per S-Nodi **l'attivazione di comunità territoriali**, a partire dall'imprenditorialità agricola, per organizzare la risposta ai nuovi e vecchi bisogni, **creando nuovi ruoli e nuove azioni tra attori diversi del territorio**. Le **"comunità fa bene"**, a partire dall'agricoltura sociale, consentono di:

- avviare nuove collaborazioni tra soggetti di natura diversa;
- ingaggiare soggetti genuinamente interessati in contaminazioni e prospettive diverse;
- sviluppare co-progettazione e co-produzione di servizi per dare vita a reti collaborative tra aziende, cooperative, enti pubblici, privati e comunità locali per proporre servizi sostenibili, inclusivi e flessibili che necessitano di un robusto processo di riconversione istituzionale e di governance innovativa (esempio servizi di prevenzione nei mercati, cucine di comunità, nuovi progetti di mense nelle scuole, educazione alimentare);
- attivare processi di economia sociale e solidale che diventa la chiave di volta per una nuova sostenibilità stabile e duratura (nuovi servizi di consegna spesa a domicilio, nuove linee di prodotti ad impatto sociale e ambientale, ristoranti sociali).

6.

GLI STRUMENTI DI ACCOMPAGNAMENTO ALL'INNOVAZIONE

Dopo anni di sperimentazione e modellizzazione di pratiche concrete sul territorio di Torino, nasce il **"team fa bene"**, il cui obiettivo è supportare le comunità che vogliono diventare "comunità fa bene", facilitandole nel processo di appropriazione e di adattamento del modello "fa bene" al contesto sociale e territoriale in cui agiscono. Questo team fa parte del gruppo S-nodi, che ha sviluppato alcuni strumenti formativi specifici, tra cui:

- il percorso formativo **"fa bene lab"**, che offre un percorso di apprendimento sulle pratiche innovazione sociale e sugli interventi di riduzione delle disuguaglianze, orientato a sviluppare competenze di intervento (sia progettuali che di implementazione e valutazione), con l'obiettivo di attivare e facilitare i processi di creazione di "comunità fa bene";
- Il **toolkit "fa bene mercato"**, un toolkit digitale di modellizzazione e replicabilità della pratica "fa bene mercato" per supportare le comunità locali nella progettazione e nell'adattamento del modello "fa bene" al contesto locale in cui operano. Realizzato grazie alla Compagnia di San Paolo in collaborazione con Impacton;
- Il marchio: per facilitarne la gestione e la diffusione, "fa bene" con il tempo è diventato un marchio, di proprietà del Comitato Promotore S-nodi. Al marchio aderiscono le organizzazioni che creano iniziative per produrre ricchezza comune con il protagonismo dei più vulnerabili. I suoi **valori fondanti** sono:

1. promuovere la dignità di sé, degli altri e del mondo;
2. riconoscere il valore della reciprocità per la generazione di nuove risorse;
3. valorizzare il patrimonio di prossimità depositato nei territori;
4. tutelare la salute delle persone e dell'ambiente;
5. realizzare partnership ad impatto per l'inclusione lavorativa e sociale delle persone e dei gruppi più marginali.

RIFERIMENTI

Coldiretti (2020) *La vera agricoltura sociale fa bene all'Italia*. Fondazione Campagna Amica, Coldiretti. Scaricabile da (https://www.campagnamica.it/wp-content/uploads/2020/07/Rapporto_agricoltura_sociale_17_luglio_2020.pdf)

Benoît, C., Mazijn, B., (edito da) (2009). **Guidelines for Social Life Cycle Assessment of Products**. United Nations Environment Programme. Scaricabile da http://unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1164XPA-guidelines_sLCA.pdf (consultato il 25 Aprile 2020)

Ciampolini, T. (2019). **Innovare ripartendo dai contesti locali. I sistemi di intervento sociale in tempi di impoverimento. Una esplorazione in tre saggi**. Istituto Universitario Sophia.

Francesco. (2015). **Laudato si: Enciclica sulla cura della casa comune**. Roma: Libreria Editrice Vaticana.

Gilbert, P. (1997). **The evolution of social attractiveness and its role in shame, humiliation, guilt and therapy**. *British Journal of Medical Psychology*, 70(June), 113–147.

Lichtenberg, J.D. (1995). **Psicoanalisi e sistemi motivazionali**. Milano: Raffaello Cortina Editore

Marrazzo, D. (2020, 14 Gennaio). **Dal caffè ai biglietti del cinema, l'economia sospesa tra marketing e solidarietà**. *Il Sole 24 Ore*. Da <https://www.ilsole24ore.com/art/dal-caffe-biglietti-cinema-l-economia-sospesa-marketing-e-solidarieta-AChxsrBE> (Consultato il 30 Aprile 2020)

QUESTA PUBBLICAZIONE È STATA PRODOTTA DA



Questo lavoro può essere riprodotto per scopi non-profit senza permesso esplicito del detentore del copyright, purché la fonte sia citata correttamente. Gli autori saranno grati di ricevere una copia di qualsiasi pubblicazione che usa questo lavoro come fonte.

Per citare questo lavoro: Ciampolini, T., Tropeano, T., & Vico, D. (2020). *La pratica fa bene. Una strategia di inclusione e sviluppo sostenibile*. Torino: S-nodi.

© 2020 Comitato Promotore S-nodi "Gabriele Nigro"

Pubblicato il 4/12/2020

S-NODI

S-Nodi è un gruppo di organizzazioni che sviluppa progetti di innovazione sociale e di trasformazione comunitaria per ridurre le disuguaglianze di opportunità nei territori marginali, su scala europea. Nasce nel 2013 a Torino all'interno del Programma Azioni di Sistema e di Caritas Italiana. Si occupa di innovazione e sostenibilità nei luoghi attraverso la messa a sistema di esperienze. Investe per attivare le persone e le comunità grazie alla sua esperienza profonda nella ideazione e gestione di interventi di rafforzamento e potenziamento di competenze e capacità di persone e sistemi di relazione locali.

FA BENE

"fa bene" è un sistema di pratiche, servizi e prodotti che "fanno bene" alle persone e alle loro comunità e che si pongono l'obiettivo di generare servizi e economie che tendono a ridurre le disuguaglianze di opportunità nei contesti in cui sono applicate, perché sviluppano programmi di partecipazione civica e di sviluppo di competenze per le persone più fragili in collaborazione con la loro comunità locale. "fa bene" fa parte del gruppo S-nodi e le sue attività sono sviluppate attraverso l'APS "fa bene communities".