

Università degli Studi del Piemonte Orientale



MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO IN SVILUPPO LOCALE

TEORIE E METODI PER LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI

ANNO ACCADEMICO 2014/2015

Titolo Tesi

Incubatore di impresa: “Social **IN** Project”.

Pensarsi imprenditori per lo sviluppo e la promozione del capitale sociale

Studente

Maria Chiara Bartocci

Tutor Accademico

Prof.ssa Noemi Podestà

Tutor Aziendale

Dott. Francesco Scalfari

Direttore del Master

Prof. Paolo Perulli

INDICE

Introduzione	p. 3
CAPITOLO UNO – Incubatori di imprese, Start-up e Imprese sociali	
1.1 Gli incubatori di imprese	p. 6
1.2 L'incubatore di imprese non tecnologico Uni-Astiss	p. 9
1.3. Start up a vocazione sociale e imprese sociali	p. 10
CAPITOLO 2 – La ricerca ed il percorso seminariale “Social IN Project”	
2.1 La ricerca e il percorso seminariale sull'imprenditoria sociale realizzato presso il Corso di Laurea in Servizio Sociale Uni-Astiss	p. 13
2.2. Elaborazione dei questionari somministrati agli studenti CLASS 2° e 3° anno (presenti nella giornata del 3 novembre 2015 rispettivamente alle lezioni di Relazioni Etniche e Teorie, Metodi e Tecniche del Servizio Sociale II)	p. 14
2.3 Il mondo dell'imprenditoria sociale per gli studenti CLASS e l'incubatore di imprese “Asti Città Green”	p. 20
2.4 Il seminario “Uno sguardo al mondo dell'imprenditoria sociale”	p. 27
2.5 Il gruppo di lavoro: “L'officina delle idee”	p. 30
2.6 Il workshop: “L'officina dell'impresa sociale”	p. 32
CAPITOLO 3 – Il capitale sociale di Asti	
3.1 Le realtà imprenditoriali di tipo sociale sul territorio astigiano	p. 34
3.2 Uno sguardo ai giovani da parte dei giovani aspiranti imprenditori sociali	p. 37
3.3 L'importanza della valutazione dell'impatto sociale delle realtà imprenditoriali	p. 38
CONCLUSIONI	
Pensarsi imprenditori sociali per lo sviluppo e la promozione del capitale sociale	p. 41
Bibliografia/Sitografia	p. 45
Appendice	p. 47

INTRODUZIONE

L'obiettivo formativo del project work "Social IN Project" è stato quello di cercare di comprendere quale ruolo possa assumere l'incubatore di imprese non tecnologico "Asti Città Green" rispetto alla possibile vocazione imprenditoriale degli studenti frequentanti il **Corso di Laurea in Servizio Sociale**, istituito all'interno del medesimo Polo universitario. Per questo, è stato previsto lo sviluppo di un percorso di ricerca-azione che potesse indagare ed approfondire con strumenti specifici della ricerca sociale, attività ed incontri laboratoriali, quali interessi, possibilità e/o difficoltà ci siano per i futuri professionisti del sociale di poter creare ed immettere sul mercato una propria start up a vocazione sociale, o impresa, che possa prevedere il potenziale supporto dell'incubatore di imprese **Uni-Astiss**.

Da questa prima riflessione, sono sorte molte altre curiosità intorno all'argomento trattato dando vita ad una serie di ulteriori interrogativi cognitivi sul mondo dell'imprenditoria sociale e della complessità generata dal pensarsi in prima persona possibili **promotori di sviluppo di capitale sociale**. Ci si è chiesto anche quali potessero essere le modalità migliori per poterli indagare e quali potessero realizzare un percorso di ricerca che non avesse solo la finalità di ambire ad una mera restituzione di dati oggettivi, ma che potesse man mano generare un vero e proprio processo di cambiamento e consapevolezza da parte di tutti i soggetti coinvolti rispetto agli argomenti trattati dal project work. Per questi motivi, si è co-costruito un percorso sperimentale di ricerca che convergesse le diverse dimensioni teoriche-pratiche ed esperienziali chiamate in causa.

Seguendo questo ambizioso, ma non impossibile, approccio, si può affermare che, durante i lavori, è stato possibile intrecciare diversi saperi grazie ai quali sono nate importanti collaborazioni tra le diverse realtà coinvolte, universitarie e non, che hanno attivamente partecipato ed efficacemente contribuito a far crescere i contenuti di questo documento finale.

Il Project Work è stato contrassegnato da due macro aree di intervento: una di carattere principalmente conoscitivo ed esplorativo dell'argomento trattato attraverso la somministrazione di un **questionario** agli studenti di secondo e terzo anno del CdL in SS del Polo universitario Uni-Astiss; l'altra area, invece, dedicata ad una parte più organizzativa e seminariale che coinvolgesse in prima persona gli studenti, gli esperti del settore ed alcuni protagonisti che vivono realtà imprenditoriali in ambito sociale. Questa parte di lavoro, ha previsto, nello specifico:

- un seminario in plenaria sull'imprenditoria sociale;
- tre incontri di approfondimento dei risultati di ricerca e degli argomenti trattati nell'incontro in aula con un gruppo di lavoro ristretto di studenti laureandi e laureati;
- un workshop con un esperto rappresentante dell'incubatore di imprese Uni-Astiss;
- la realizzazione di una ricerca di tipo quantitativo delle realtà imprenditoriali presenti nel territorio astigiano che concorrono allo sviluppo e promozione del suo capitale sociale.

A fare da sfondo a questo dinamico percorso di ricerca, sono stati anche gli stessi obiettivi formativi del **Master Universitario in "Sviluppo locale"** che hanno assunto un ruolo di guida pratico-concettuale grazie alla quale è stato possibile muoversi efficacemente durante tutto il processo di lavorazione.

Di fatto, questo corso post laurea definisce tra i suoi obiettivi anche l'acquisizione di competenze scientifiche e tecniche per intervenire nei rapporti tra società locale e sviluppo socio-economico territoriale, con particolare attenzione allo sviluppo del capitale sociale e alla crescita delle capacità relazionali, temi cardine di tutto il progetto.

Partendo dalle conoscenze acquisite durante i mesi di formazione, si è potuto, quindi, approfondire ulteriormente il ruolo che può assumere la promozione e lo sviluppo del capitale sociale, bene immateriale per eccellenza, nella crescita del **capitale territoriale** e della attività economica del contesto locale in cui ci si muove. Di fatto, il capitale sociale è “il collante che tiene unita la società” (R. Camagni, 2008) e pur esprimendo già in questa definizione una sostanziale dicotomia tra la quantificazione di un capitale e l'intangibilità del bene sociale, l'investimento richiesto ed il conseguente guadagno, generano un vero e proprio valore di mercato.

In questo senso, il potenziamento di reti e relazioni abbassano concretamente i costi ed agevolano i processi economici verso un sostanziale aumento della competitività e dell'attrattività del territorio. E se, di conseguenza, il capitale sociale genera un prodotto, sul quale è necessario investire, è quindi necessario acquisire determinate competenze e risorse, materiali ed immateriali, che ne potenzino il suo valore, con la stessa logica che muove un imprenditore di un bene a capitale privato.

Il lavoro del project work “Social IN Project”, ha cercato di connettere quanto possano contribuire per la promozione e lo sviluppo del capitale sociale, operatori professionisti che in questo campo maturano una specifica formazione ed esperienza, ossia i laureandi e laureati nel Corso di Laurea in Servizio Sociale di Asti, territorio di riferimento del percorso di ricerca.

Imprenditore può essere definito “colui che esercita professionalmente un'attività economica organizzata, di vario genere, al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi” (Enciclopedia Treccani), beni e servizi che possono assumere anche valenza sociale se l'ambito imprenditoriale nel quale ci si intende muovere è proprio quello del sociale.

Si ricorda, inoltre, che il progetto di ricerca partiva già con una potenziale risorsa a sua disposizione utile a muoversi nel campo imprenditoriale, ossia l'incubatore di imprese non tecnologico “Asti Città Green” e che, quest'ultimo ed il CdL coinvolto, sono istituiti nel medesimo plesso universitario.

Come si avrà modo di approfondire nel capitolo uno, gli incubatori di imprese sono organizzazioni che offrono ad aziende, start-up e professionisti una serie di servizi di supporto necessari per trasformare un'idea in un progetto imprenditoriale concreto e avviare una nuova impresa. Si tratta di un “ambiente protetto” in grado di accelerare il processo di trasformazione di un'idea in una vera e propria attività, capace di generare **profitto**. Da qui alla domanda cardine di tutto il lavoro (possono i futuri professionisti del sociale pensarsi imprenditori per lo sviluppo e la promozione del capitale sociale?) il passo è stato breve ed il seguente lavoro presenta tutto il processo attraverso il quale si è cercato di trovare una risposta in merito.

Tutto il percorso si è articolato in numerose fasi ed il percorso intrapreso, nella sua particolare dinamicità relazionale che lo ha contraddistinto, ha favorito la scoperta di inattesi ed innovativi elementi richiedendo, in questo senso, anche una continua flessibilità e creatività di metodo e di azione.

Nel primo capitolo, si è brevemente presentato la cornice strutturale, organizzativa e legislativa degli incubatori di impresa e di quello non tecnologico Uni-Astiss. Inoltre, si è dedicato uno spazio a due realtà imprenditoriali possibili: le start-up a vocazione sociale di recente generazione e le imprese sociali nelle sue molteplici sfaccettature e complessità dell'essere no profit pur mantenendosi in base ad un profitto.

Il secondo capitolo è il cuore di tutto il project work poiché presenta il disegno della ricerca e l'analisi dei risultati emersi dalla prima fase esplorativa compiuta intorno al tema prescelto insieme ad un campione non rappresentativo di parte degli studenti CLASS. Inoltre, vi sono esposti tutti i contenuti emersi nel percorso seminariale sull'imprenditoria sociale sviluppatosi in diversi incontri e spazi laboratoriali.

Nel terzo capitolo, prima di giungere alle consuete conclusioni di ricerca, si propone un'analisi quantitativa del capitale sociale del territorio astigiano realizzata in collaborazione con alcune agenzie istituzionali, quali il Comune di Asti e l'Informagiovani, a risposta dell'interesse da parte dei potenziali imprenditori verso idee progettuali che investano in favore dei giovani.

Infine, la parte finale del documento, presenta le inaspettate ed apprezzabili conclusioni di ricerca che non hanno potuto non porre un doveroso accento su quanto capitale sociale questo lavoro abbia già di per sé creato.

CAPITOLO UNO – Incubatori di imprese, Start-up e Imprese sociali

3.2 Gli incubatori di impresa

In questo capitolo si è delineato brevemente la cornice organizzativa e legislativa di riferimento del percorso di ricerca e del seminario imprenditoriale “Social IN Project”, realizzato all’intero del Polo universitario di Asti, individuando le principali caratteristiche degli incubatori di impresa e le indicazioni sottese ai testi di legge ad essi dedicati. Per lasciare maggior spazio alla parte applicata e sperimentale del project work, presentati nei capitoli successivi, si espongono qui di seguito solo le maggiori caratteristiche e i punti cardine delle realtà sopraindicate. Per eventuali approfondimenti in merito agli incubatori di imprese, si rimanda al documento n.1 posto in appendice, che propone alcuni dei libro di testo e dei siti consultati sull’argomento.

La Commissione Europea definisce l’incubatore di impresa come: “un’organizzazione che accelera e rende sistematico il processo di creazione di nuove imprese fornendo loro una vasta gamma di servizi di supporto integrati che includono gli spazi fisici dell’incubatore, i servizi di supporto allo sviluppo del business e le opportunità di integrazione e networking”.

ITALIA - DISCIPLINA DI RIFERIMENTO
DL 18 ottobre 2012, n. 179, convertito con modificazioni dalla Legge 221 del 17 dicembre 2012
aggiornato con le variazioni apportate dal DL 28 giugno 2013, n. 76, convertito dalla Legge 9 agosto del 2013, n. 99 e integrato con le indicazioni interpretative introdotte dalle circolari 16/E dell’11 giugno 2014 dell’Agenzia delle Entrate e 3672/C del 29 agosto 2014 del Ministero dello Sviluppo economico
Decreto del Ministro dello sviluppo economico del 21 febbraio 2013, recante "Requisiti relativi agli incubatori di start-up innovative"

Tabella n.1

fonte: Ministero dello Sviluppo Economico

Obiettivo degli incubatori di imprese è cercare di fare immettere sul mercato imprese sostenibili supportandole nei diversi processi di crescita, attraverso una serie di consulenze e percorsi formativi messi a disposizione da parte degli esperti manageriali in capo all’incubatore. Per la realizzazione di questi obiettivi, infatti, i progetti imprenditoriali immessi all’interno di un incubatore, previa presentazione convincente della loro idea di business, hanno la possibilità di confrontarsi su diverse dimensioni operative e funzionali al proprio lancio nonché sopravvivenza, in tema di:

- formazione imprenditoriale;
- definizione di un valido business plan;
- monitoraggio dei finanziamenti;
- networking con altre aziende;
- marketing e comunicazione.

Inoltre, si punta alla crescita e al riconoscimento di necessarie capacità imprenditoriali insite nei soggetti coinvolti.

Gli incubatori di impresa possono essere:

- **di prima generazione**, caratterizzati dall'offerta di spazi messi in condivisione e, di conseguenza, la principale fonte di finanziamento deriva dalla locazione degli immobili.
- **di seconda generazione**, in questo caso c'è la possibilità di usufruire dei servizi per i quali sono stati istituiti gli incubatori di imprese. I potenziali fruitori di riferimento sono le neo-imprese e gli spin-off.
- **di terza generazione**, sono considerati quegli incubatori specializzati nell'erogazione di servizi mirati che consentano l'accesso ai mercati di riferimento, lo sviluppo di una efficace network e l'acquisizione di un corretto stile di gestione imprenditoriale. Gli obiettivi primari consistono, infatti, nel cercare di assicurare la possibilità di sviluppare imprese tecnologico-innovative in grado di generare *valore*, im-mobiliare e socio-economico.

Gli incubatori di imprese possono essere caratterizzati da:

- **un'alta componente tecnologica**
- **una componente non tecnologica**

Gli incubatori d'impresa rappresentano, quindi, una delle soluzioni proposte dai sistemi economici per promuovere e supportare la nascita di nuove imprese ad alto tasso di innovazione. Gli incubatori italiani hanno dimensioni di norma contenute e sono solitamente sostenuti attraverso finanziamenti pubblici.

In linea di massima, le aziende incubate operano in settori che richiedono bassi investimenti iniziali o hanno potenziali idee imprenditoriali difficili da definire nella loro concretizzazione, come lo sono per loro natura le famigerate ed innovative star up. Per questo, un percorso controllato all'interno dell'incubatore potrebbe rilevarsi uno strumento utile alla promozione di nuove iniziative ed al successo della loro idea di business, sviluppandosi in diverse fasi:

FASE → IDEAZIONE → COSTITUZIONE → CRESCITA

Come si evince anche dall'analisi dei questionari somministrati in questo percorso di ricerca, i vincoli finanziari e la complessità imprenditoriale rappresentano uno dei problemi più rilevanti per la creazione di start-up/imprese, specie se ad alto contenuto tecnologico.

Il contesto territoriale, culturale ed economico esercita un ruolo determinante sullo sviluppo dell'incubatore di imprese e ne indirizza i principali obiettivi tra cui, ad esempio: lo sviluppo socio-economico di un'area ad alto rischio di emarginazione, l'incremento dell'occupazione o di determinante fasce più fragili, la nascita di startup innovative di supporto alla qualità del sistema comunitario, la diffusione dell'imprenditorialità, la commercializzazione di beni e consumi di vario genere e tipo presenti sul territorio e molto altro ancora. Anche la gamma dei servizi offerti può variare considerevolmente a seconda della natura e degli obiettivi proposti dai diversi incubatori.

LE FINALITÀ DEI SERVIZI DI CONSULENZA E FORMAZIONE OFFERTI DAGLI INCUBATORI DI IMPRESE
Valutare e «validare» l'idea potenziale
Valutare l'imprenditore
Quantificare e allocare le risorse necessarie per dare vita al progetto
Formulare un business plan per la potenziale iniziativa
Agire come una «vetrina» per ogni idea incubata e aiutare a disseminare informazioni tra i finanziatori
Selezionare i potenziali finanziatori in accordo alle caratteristiche specifiche dell'impresa

Tabella n.2

fonte: Ministero dello Sviluppo Economico

Principalmente esistono tre modelli di incubatori:

- **No profit** - spesso di origine pubblica, che non si pongono l'obiettivo del profitto, bensì obiettivi macroeconomici o sociali, ad esempio: riconversione produttiva, diffusione dell'innovazione, crescita dell'occupazione. Tale modello è ampiamente diffuso in Europa e in Italia.
- **Profit** - quasi sempre di origine privata, che si pongono l'obiettivo di creare profitto, normalmente intervenendo nel capitale di rischio delle nuove imprese. Si tratta di un modello diffuso principalmente negli Stati Uniti e in Gran Bretagna.
- **Universitari** - nascono all'interno di strutture universitarie e ospitano spin-off di ricerca provenienti da studenti, laureati, ricercatori e docenti. Possono disporre di capitali pubblici o privati.

In particolar modo in questo percorso di ricerca, l'interesse è stato rivolto alle strutture presenti in Regione Piemonte ed interni ai sistemi universitari, ossia a quelle strutture che fanno capo agli atenei, mantenendo però una loro autonomia di azione.

Le università e i centri di ricerca, infatti, in questi ultimi anni hanno puntato molto sulla realizzazione di un proprio incubatore di imprese per creare ed incrementare nuove reti e forme di collaborazione con i molteplici istituti socio-economici locali e le aziende già esistenti sul territorio. In questa maniera, oltre che poter contare su finanziamenti e sovvenzioni statali, le sedi universitarie possono interfacciarsi con i propri studenti/fruitori di servizi per introdurre e sviluppare insieme a loro, una nuova mentalità imprenditoriale, contribuendo a sua volta alla promozione dello sviluppo locale, migliorare la propria immagine ed il ruolo formativo, oltre che coinvolgere un numero sempre maggiore di esperti e docenti.

All'interno del Polo Uni-Astiss è stato costituito nel 2014 l'incubatore di imprese non tecnologico "Asti Città Green".

1.2 L'incubatore di imprese non tecnologico Uni-Astiss

La realizzazione del project work ha visto la collaborazione ed interazione di più realtà e corsi universitari. Oltre al Master in Sviluppo Locale, infatti, il dipartimento Uni-Astiss ed il Corso di Laurea in Servizio Sociale hanno realizzato un percorso seminariale e di approfondimento di una delle recenti risorse costituite all'interno del medesimo polo: l'incubatore di imprese non tecnologico Uni-Astiss.

Nel paragrafo precedente abbiamo avuto modo di comprendere la definizione e le maggiori caratteristiche degli incubatori di imprese. In questo caso, l'accento primario va posto sull'elemento distintivo di quello astigiano, ossia di essere un Incubatore di Imprese con una bassa componente tecnologica.

Quest'ultimo si è sviluppato nel 2014 grazie al finanziamento ricevuto da FinPiemonte per il Piano Giovani 2011/2013 e nello specifico per la Misura numero 5. Uni Astiss ha di fatto partecipato al Bando per il sostegno finanziario in favore di "Incubatori non Tecnologici". Questa recente realtà del polo universitario astigiano, può essere inteso come una scuola/laboratorio utile alla promozione del sistema economico finanziario a livello locale. Nel primo bando, si è rivolto ai giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni (CFR documenti in appendice n.2 e 3).

L'obiettivo di questo primo bando, era quello di valutare l'immissione all'interno del percorso di incubazione di dieci idee imprenditoriali che volessero investire su diversi ambiti. Caratteristiche fondamentali per potervi accedere erano: il rispetto della natura non tecnologica dell'incubatore, presentare una propria idea di impresa che avesse valenza innovativa, creativa e che apportasse valore aggiunto alle vocazioni del territorio astigiano, come il settore dell'enogastronomia, dei prodotti tipici, del turismo e della cultura, del benessere, della green economy intesa in senso ampio, sostenibile e non esclusivo, del welfare locale e della gestione dei beni e delle tradizioni locali.

L'incubatore, nel accogliere i giovani imprenditori vincitori del primo Bando, ha seguito le loro start-up per un periodo di tempo prestabilito, formandoli, grazie alle molteplici collaborazioni intessute su tutto il territorio, supportandoli nella scelta del business-plan e preparandoli per entrare nel mercato reale.

Inoltre, al termine di questo percorso, le startup incubate hanno ancora la possibilità di poter usufruire di uno spazio coworking dove poter continuare lo sviluppo della propria impresa in un contesto di comunità lavorativa. Il coworking continua quindi ad essere una struttura che può offrire alle giovani start up il naturale completamento del proprio percorso formativo.

Attualmente, dopo la fase di formazione e tutoraggio, sono operative una decina di start up intorno alle quali gravitano circa venticinque giovani imprenditori (CFR documento in appendice n.4).

Nessuna delle idee, però, che sono state presentate al primo Bando proveniva da studenti dal CdL in Servizio sociale (CLASS), o da professionisti del sociale già impiegati nel mondo del lavoro, mentre ci sono stati molti altri ex studenti provenienti dalle altre lauree istituite nel medesimo polo di appartenenza. Questo è stato la scintilla di interesse del project work in questione che ha voluto di proposito indagare quali potessero essere le ragioni sostanti alla non adesione al Bando da parte dei presenti e futuri professionisti del sociale cercando anche di comprendere se, e come, l'incubatore potesse diventare una risorsa utile anche per chi svolge questo percorso formativo in ambito sociale.

L'incubatore è in fase di ulteriore implementazione ed è previsto un nuovo bando per l'anno 2016. In previsione di questo prossimo appuntamento, il percorso seminariale "Social IN project" ha voluto tessere, quindi, una prima interrelazione tra gli studenti attualmente frequentanti e gli esperti manageriali dell'incubatore ed effettivamente all'interno del gruppo di lavoro formatosi per l'occasione, è emerso un notevole interessamento per il bando 2016 da parte di qualche giovane leva del sociale grazie anche alle idee e agli approfondimenti che lo stesso percorso seminariale ha contribuito a restituire.

Prima di poter visionare però i risultati di questo percorso di ricerca, si presentano brevemente nel paragrafo successivo le caratteristiche fondamentali di due tra le possibili realtà imprenditoriali in ambito sociale: le startup a vocazione sociale e le imprese sociali.

1.3. Start up a vocazione sociale e imprese sociali

Il Decreto-Legge 179/2012, recante ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese, convertito in Legge n. 221 del 2012, ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la nozione di nuova impresa innovativa ad alto valore tecnologico: la startup innovativa. Quest'ultime possono avvalersi di una serie di vantaggi di natura fiscale, oltre che poter fare affidamento ad una disciplina flessibile per la gestione societaria e delle posizioni contrattuali dei propri dipendenti. Inoltre, altre agevolazioni sono previste anche per l'accesso a richieste di credito e/o finanziamenti.

La definizione di startup innovativa non prevede limitazioni legate al settore di attività, poiché l'obiettivo ultimo del provvedimento è proprio la promozione dell'innovazione tecnologica in ogni ramo economico, anche sociale.

La normativa si riferisce esplicitamente alle startup innovative per mettere in evidenza che il target è costituito dalle imprese il cui business è chiaramente legato "all'innovazione, all'utilizzo della conoscenza e della tecnologia". Per beneficiare delle misure di sostegno, la startup innovativa deve configurarsi come una società di capitali non quotata in possesso di determinati e precisi requisiti di accesso.

REQUISITI DI ACCESSO PER LE STARTUP INNOVATIVE
essere nuova o attiva da meno di quattro anni
avere la sede principale in Italia
presentare meno di 5 milioni di euro di fatturato
non distribuire utili
avere come oggetto sociale esclusivo o prevalente la produzione, lo sviluppo e la commercializzazione di beni o servizi innovativi ad alto valore tecnologico
non essere stata costituita da una fusione, scissione societaria o a seguito di cessione di azienda o di ramo di azienda
soddisfare almeno uno dei seguenti criteri: almeno il 15% del maggiore tra costi e ricavi annui è attribuibile ad attività di R&S; il team è composto o per almeno 1/3 da dottorandi o dottori di ricerca o da personale che ha svolto attività di ricerca per almeno 3 anni, oppure per almeno 2/3 da detentori di laurea magistrale; l'impresa è proprietaria, depositaria o licenziataria di un brevetto, di una privativa industriale o di un elaboratore originario registrato

Tabella n.3

fonte: Ministero dello Sviluppo Economico

L'unica importante differenziazione prevista dal DL, riguarda **le startup innovative “a vocazione sociale”**, realtà di grande interesse per il percorso di ricerca di questo project work. L'art. 25 co.4, stabilisce che quest'ultime possiedono i medesimi requisiti sopradescritti ma che la loro operatività deve riferirsi a determinati settori determinati a loro volta dal Dlg. 155/2006 in materia di impresa sociale, riconoscendo a queste realtà una valenza di tipo sociale.

I settori individuati da tale provvedimento sono:

- assistenza sociale;
- assistenza sanitaria;
- educazione, istruzione e formazione;
- tutela dell'ambiente e dell'ecosistema;
- valorizzazione del patrimonio culturale;
- turismo sociale;
- formazione universitaria e post-universitaria;
- ricerca ed erogazione di servizi culturali;
- formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo;
- servizi strumentali alle imprese sociali, resi da enti composti in misura superiore al settanta per cento da organizzazioni che esercitano un'impresa sociale.

Poiché il legislatore riconosce che possono esservi delle difficoltà di ritorno economico per la caratteristiche preminente di queste realtà imprenditoriali, considerate meno “appetibili” per il mercato, ha previsto ulteriori agevolazioni rispetto al ritorno sugli investimenti, calcolato in misura inferiore rispetto a quanto richiesto invece alle imprese. Per approfondimenti si rimanda al testo completo della norma.

L'impresa sociale, invece, pur rientrando a pieno titolo in questo contesto, in quanto produce beni e servizi di utilità sociale, rappresenta un altro modo di fare impresa rispetto alle start up a vocazione sociale appena presentate. La differenza sostanziale sta nel loro modo differente perseguire il profitto poiché quest'ultimo viene reinvestito all'interno della medesima organizzazione pur mantenendola in equilibrio economico e finanziario. In questo senso le imprese sociali vengono definite come una forma ibrida tra l'impresa classica “for profit” ed gli enti “non-profit”, cioè come organizzazioni private che agiscono per finalità diverse da quelle del profitto.

Altre caratteristiche innovative dell'impresa sociale sono meglio precisate nel D.Lgs. n. 155/2006 , Legge sull'Impresa sociale, e nei successivi decreti attuativi così sintetizzabili:

- democraticità della gestione, grazie al coinvolgimento di tutti i stakeholder interni ed esterni all'organizzazione;
- partecipazione dei clienti/utenti alla valutazione finale dei risultati come protagonisti attivi del proprio percorso di empowerment;
- rendicontazione sociale resa pubblica per permettere a chiunque di verificarne i risultati e gli aspetti contabili.

Anche in questo caso, opportuni approfondimenti in merito possono riferirsi consultando il testo della norma.

In questa parte di lavoro, ci si è soffermati più che altro sull'importanza che queste imprese possono ricoprire in termini di promozione di capitale sociale del territorio e nella comunità di riferimento e che, come descritto nel paragrafo tre del terzo capitolo, devono trovare criteri di valutazione ad hoc che ne possano misurare il proprio impatto sociale, richiamando, quindi, una particolare attenzione sulla qualità in termini di efficacia ed efficienza a cui questo tipo di servizi e prestazioni devono consapevolmente aspirare.

Un'ultima considerazione finale è posta sia sul settore dell'assistenza sociale indicato dalla norma sulle start-up a vocazione sociale sia sulle potenzialità che l'impresa sociale può avere per i futuri professionisti del sociale di produrre beni e servizi di utilità sociale il che potrebbe rendere concretamente protagonisti nel mondo imprenditoriale anche i laureati in Servizio Sociale e abilitati all'esercizio della professione di assistente sociale.

CAPITOLO 2 – La ricerca ed il percorso seminariale “Social IN Project”

2.1 La ricerca e il percorso seminariale sull’imprenditoria sociale organizzato presso il Corso di Laurea in Servizio Sociale Uni-Astiss

Il Project Work è stato contrassegnato, così come esplicitato nell’introduzione, da due macro aree di intervento: una di carattere principalmente conoscitivo/esplorativa dell’argomento trattato attraverso la somministrazione di un questionario agli studenti di secondo e terzo anno del CdL in SS di Uni-Astiss; l’altra, invece, di carattere organizzativo/seminariale che ha visto coinvolti in prima persona gli studenti, gli esperti del settore ed alcuni protagonisti di realtà imprenditoriali in ambito sociale. Con precisione, il lavoro di ricerca si è articolato in numerose fasi ed il percorso intrapreso, nella sua particolare dinamicità relazionale che lo ha contraddistinto, ha favorito la scoperta di inattesi ed innovativi elementi richiedendo, in questo senso, anche una continua flessibilità e creatività di metodo e di azione.

La preparazione e somministrazione del **questionario**, in forma anonima, si è composto da 21 domande, sia aperte sia chiuse, ed è stato somministrato agli studenti del secondo e terzo anno. L’obiettivo di ricerca era cercare di conoscere e approfondire gli aspetti attinenti alle aspettative, le preoccupazioni e gli eventuali obiettivi occupazionali dei futuri professionisti del sociale, e di potersi addentrare più da vicino e condividere con gli stessi dubbi, criticità e potenziale propensione e/o interesse verso il mondo dell’imprenditoria sociale. Alla stesura di questo strumento di ricerca ha collaborato anche la stessa Presidente del CdL e, grazie alla disponibilità di due docenti, è stato possibile somministrarlo durante le lezioni in programma nella giornata del 3 novembre 2015.

E’ stata condotta anche una **ricerca** ed un approfondimento della legislazione e della letteratura scientifica di riferimento delle recenti realtà incubate a livello regionale e l’eventuale partecipazione ad esse da parte di operatori che avessero una specifica formazione in ambito sociale (Corso di Laurea in Servizio Sociale, Scienze dell’Educazione, Diploma liceo Scienze Umane ecc.)

L’organizzazione e la preparazione del **percorso seminariale sull’imprenditoria sociale** da proporre sia agli studenti frequentanti il terzo anno di corso, sia agli studenti laureati a partire dall’anno accademico 2012/2013, ha richiesto, inoltre, l’individuazione di due differenti realtà imprenditoriali, una rappresentante il mondo del profit e l’altra del no profit, che potessero partecipare all’incontro in aula del 5 novembre 2015. L’evento è stato condiviso, grazie all’ufficio stampa, in diversi canali di comunicazione interni ed esterni del Polo Uni-Astiss (social network, giornali ecc).

Interessante e significativo è stato il precedente incontro e confronto con i due ex studenti Uni-Astiss del CdL in Infermieristica che hanno aderito con successo al primo bando dell’incubatore “Asti città Green” aprendo di recente una propria start-up a vocazione sociale. E’ stato possibile conoscere meglio il loro percorso ideativo e vederli direttamente in azione comprendendo maggiormente i molteplici aspetti di back office necessari al funzionamento di un’impresa. I due giovani hanno poi avuto modo, all’interno del pomeriggio in plenaria, di raccontarsi direttamente agli studenti rendendosi disponibili ad affrontare i loro dubbi e perplessità in merito alla loro esperienza con l’incubatore.

Il percorso seminariale, a seguito di questo incontro in aula, ha previsto la strutturazione di altri appuntamenti: un ciclo di tre incontri con un gruppo ristretto di studenti ed un workshop:

Il gruppo di lavoro “L’Officina delle idee” si è composto da nove studenti, tutti volontari, con i quali è stato possibile portare avanti un lavoro di ricerca applicato ed approfondire maggiormente, attraverso il metodo del brainstorming valutativo, l’oggetto di studio del project work;

Il Workshop “L’officina dell’impresa sociale”, ha dato poi modo a questi studenti di potersi direttamente confrontare con un esperto del settore, il prof. F. Sansalvadore, consulente manageriale dell’incubatore “Asti città Green”.

A conclusione di questo percorso, concentrato nel mese di novembre per rispettare le necessarie e ristrette tempistiche del semestre in corso e poter così garantire maggiore possibilità di successo per il coinvolgimento degli studenti frequentanti, il project si è infine dedicato alla raccolta e l’analisi di tutti gli elementi raccolti andando anche ad indagare, rivolgendosi direttamente a fonti locali e regionali, le risorse già attive dedicate ai giovani presenti sul territorio astigiano; in particolar modo delle startup a vocazione sociale, nate a partire dall’istituzione della legge di riferimento del 2013, e delle imprese sociali recensite nell’anno 2014, per analizzare parte .

2.2. Elaborazione dei questionari somministrati agli studenti CLASS 2° e 3° anno (presenti nella giornata del 3 novembre 2015 rispettivamente alle lezioni di Relazioni Etniche e Teorie, Metodi e Tecniche del Servizio Sociale II)

La prima macro area di lavoro è stata caratterizzata dalla somministrazione ed analisi dei questionari somministrati agli studenti CLASS. Lo strumento di indagine elaborato appositamente per il project work, ha previsto un totale di 21 domande suddivise a loro volta in due ben distinte parti, così come si può osservare nel documento in allegato, una di carattere più generale ed una dedicata ad aspetti attinenti l’imprenditoria sociale e l’incubatore “Asti Città Green”.

Per agevolare una maggiore comprensione del copioso materiale raccolto, si è scelto di allegare in appendice le tabelle con i risultati delle domande iniziali (documento n.5), dalla numero 1 alla numero 8, e lasciare in questo paragrafo, solo le tabelle più attinenti all’oggetto di studio affrontato.

2° anno	20
3°anno	31
Fuori corso	1
Età media	22
Femmine	46/52

Brevemente, si mette in evidenza che sono stati consegnati, in forma anonima, un totale di 52 questionari tra secondo e terzo anno, di età media 22, di cui il 88% di genere femminile.

Le domande di carattere generale hanno indagato:

- città di residenza
- scuola di provenienza
- stato occupazionale attuale

- altre facoltà precedentemente frequentate
- aspettative lavorative future e ambito di maggiore interesse
- percorsi ritenuti maggiormente efficaci per l’inserimento lavorativo in ambito socio-assistenziale
- possibile iscrizione alla Specialistica (LM 87) o altri corsi post laurea (master, corsi privati ecc)

Per cercare di rispondere all’obiettivo formativo, oltre che per redigere un documento di studio e di ricerca utile alla programmazione di eventuali e future collaborazioni tra il committente ed il CdL in SS, a partire dalla domanda numero 8, il questionario ha riportato domande più attinenti all’oggetto di studio del project work: quali possono essere le aspettative e perplessità degli studenti nei confronti del mondo dell’imprenditoria sociale e quanto conoscono degli incubatori di imprese, in particolar modo di quello non tecnologico “Asti Città Green”.

Di seguito, è possibile prendere visione dei dati raccolti a cui seguirà un paragrafo dedicato alla loro analisi e alle possibili connessioni e strategie operative in relazione all’ambito professionale di riferimento e quello imprenditoriale dell’incubatore di imprese.

8 - Pensare di creare una propria impresa sociale		
Sì	10/51	19,6%
No	41/51	80,3%

Sintesi delle risposte aperte:

i due studenti che hanno espresso parere favorevole, espongono la loro volontà di voler mettersi in gioco creando un qualcosa in proprio. Alcune delle risposte negative degli intervistati, invece, ritengono, oltre che essere “un azzardo”, di non avere le conoscenze in merito o di essere troppo giovani per affrontare un’esperienza del genere

9 - L’impresa sociale come possibile alternativa per lavorare in ambito socio-assistenziale		
Sì	41/50	82 %
No	8/50	16%
Forse	1/50	1%

Sintesi delle risposte aperte:

Fra le 11 specificazioni date a questa domanda dagli studenti, circa la metà, nel dettaglio 5, vedono l’impresa sociale come un’opportunità lavorativa se si hanno le possibilità economiche mentre gli altri 6 sottolineano come possa essere addirittura una necessità per rispondere ai diversificati bisogni sia per la scarsità delle risorse disponibili sia perché è sempre più una caratteristica dell’attuale Welfare.

I solo due studenti che hanno esplicitato il loro diniego si riferiscono più che altro alla scarsa conoscenza dell’argomento trattato.

10 – Conoscenza degli incubatori di impresa		
Sì	2/52	3,8%
No	50/52	96,1%

Sintesi delle risposte aperte:

in merito al contesto in cui se ne è sentito parlare, le uniche due risposte positive affermano Informagiovani, una, e Università, l’altra, nello specifico attraverso l’esposizione di locandine informative.

11 – Conoscenza dell’incubatore “Asti Città Green” del Polo Uni-Astiss		
Sì	1/52	1%
No	51/52	99%

Nel caso del sì, torna l’Informagiovani come contesto all’interno del quale lo studente ha avuto modo di sentire parlare dell’incubatore di imprese Uni-Astiss

12 – Conoscenza di start up a vocazione sociale		
Sì	5/52	9,6%
No	47/52	90,3%

Rispetto ai contesti esplicitati dalle 5 risposte positive, gli studenti hanno indicato i seguenti contesti nei quali ne hanno sentito parlare: durante una lezione universitaria, attraverso un amico e, infine, sempre all’interno dell’ambito universitario senza specificare.

13 - Conoscenza di qualche progetto di startup a vocazione sociale che provenga da un incubatore di imprese		
No	52/52	100%

In relazione a quanto emerso nelle precedenti domande, si può confermare la scarsa conoscenza degli studenti rispetto al tema generale delle start up a vocazioni sociali e degli incubatori di imprese

Dopo questa prima batteria di domande, agli studenti è stata presentata una breve descrizione delle specificità e potenzialità degli incubatori d’imprese e delle caratteristiche proprio di quello di Uni-Astiss:

[..] L’incubatore Uni-Astiss si rivolge ai giovani che hanno da poco avviato o sono in procinto di avviare UN’ATTIVITÀ ECONOMICA NON TECNOLOGICA che si caratterizza per un approccio comunque innovativo, creativo e di valore aggiunto in riferimento alle vocazioni del territorio astigiano. Vocazioni che rimandano ad **AMBITI CARATTERIZZATI DA ZERO O BASSA TECNOLOGIA**, come il settore dell’**enogastronomia**, dei prodotti tipici, del turismo e della cultura, del benessere, della green economy intesa in senso ampio, sostenibile e non esclusivo, del welfare locale e della gestione dei beni e delle tradizioni locali. Grazie al primo progetto finanziato dal fondo del Piano Giovani 2011/2013, sono state incubate ben 10 imprese. Presa visione delle specificità e potenzialità degli incubatori di imprese..

14 - Realizzerebbe un progetto imprenditoriale da incubare? Sì No
 ➤ Se no vai alla domanda 19

Successivamente, è stato chiesto loro di rispondere ad ulteriori 8 domande in riferimento all’argomento oggetto del project work. Sono state quindi analizzate le seguenti risposte.

14 – Realizzazione di un progetto imprenditoriale da incubare		
Sì	29/52	56,8%
No	22/52	43,1%

L'inaspettata particolarità emersa dall'analisi di queste risposte, oggetto di approfondimento anche nel paragrafo successivo, è che 21 dei 29 sì riportati nei questionari era una negazione alla precedente domanda n. 8, ossia alla domanda nella quale si chiedeva se avessero mai pensato di voler realizzare una propria impresa sociale. Ma non solo: anche le domande numero 10 e 11 (conoscenza degli incubatori d'impres e dell'incubatore Uni-Astiss) erano strategicamente posizionate prima della parte esplicativa e, come si è potuto apprendere dalle tabelle ad esse dedicate, il 98% degli studenti ha risposto di non conoscere entrambe le realtà menzionate. Dopo aver, quindi, appreso brevemente le specificità dell'incubatore "Asti Città Green" riportate nel questionario, si è presentato uno scenario del tutto nuovo: 21 studenti hanno dato un parere un diverso positivo in merito alla possibilità di pensare di realizzare un proprio progetto imprenditoriale da incubare.

A partire dalla domanda numero 15 fino alla domanda numero 19 hanno risposto solo i 29 studenti che hanno espresso parere positivo, come si evince dall'indicazione esplicitamente riportata nel questionario.

Inoltre, per tutte le domande, ad eccezione di quelle con una sola possibile alternativa (Sì/No), è stato richiesto allo studente di mettere un voto circa l'importanza di ogni area, attraverso una scala numerica che andava da 1 (non rilevante) a 5 (molto rilevante). Per questo motivo il totale è espresso calcolando la media matematica e non la percentuale di preferenza.

Tutte le tabelle con i dettagli dei risultati per ogni voce richiesta sono visionabili nell'allegato n. 6 posto in appendice; in questo paragrafo, per agevolarne la lettura, si è scelto di indicare, in ordine decrescente, solo i tre elementi che hanno ricevuto, da parte degli studenti, maggiore preferenza.

15 – Settore nel quale si pensa di investire		
	Tot punteggio	Media
Giovani	129	4,44
Donne vittime di violenza	128	4,41
Minori	127	4,37

16- Le motivazioni che possono stimolare l'avvio dell'impresa sociale		
	Tot punteggio	Media
Possibilità di realizzarsi e realizzare le proprie idee	130	4,48
Realizzazione dei propri obiettivi professionali	131	4,51
Generare cambiamento e impatto sociale contribuendo in prima persona alla soluzione dei problemi	126	4,34

Tab.4 e 5 – domanda n. 15 e 16

Fonte: elaborazione dati Masl aa . 2014/2015

17 – Le competenze di cui si potrebbe avere maggiormente bisogno per realizzare l’idea imprenditoriale		
	Tot punteggio	Media
Capacità di relazionarsi con l’esterno e di promozione della propria impresa	122	4,20
Leggi e norme	119	4,10
Sviluppo della persona e cultura organizzativa	117	4,03

18 - Gli ingredienti necessari per la realizzazione dell’idea imprenditoriale per avere successo in ambito sociale		
	Tot punteggio	Media
Innovatività dell’idea imprenditoriale	125	4,31
Capacità di leadership, personalità/carisma e di negoziazione da parte dell’imprenditore sociale	121	4,17
Sostenibilità dell’idea imprenditoriale	120	4,13

Tab.6 e 7 – domanda n. 17 e 18

Fonte: elaborazione dati Masl aa. 2014/2015

A conclusione di questa parte di analisi dei dati, dedicata a cercare di comprendere quali siano gli ambiti di interesse, le motivazioni, le competenze e gli ingredienti considerati maggiormente rilevanti per la poter realizzare una propria idea in ambito sociale, da parte dei 29 studenti “imprenditori”, si possono osservare i risultati delle ultime tre domande che, si ricorda, hanno coinvolto anche i 22 studenti che non pensano di diventarlo.

19 - Le motivazioni per non pensare di avviare una propria impresa in ambito sociale			
	Tot risposte	Tot punteggio	Media
Mancanza di risorse economiche proprie	44/52	175	3,97
Mancanza di una garanzia di reddito	43/52	170	3,95
Mancanza di forme di tutela istituzionali (garanzie, finanziamenti, servizi ecc..)	43/52	162	3,76

Tab.8 – domanda n. 19

Fonte: elaborazione dati Masl aa. 2014/2015

Sintesi delle risposte aperte:

Rispetto al perché lo studente abbia dato un valore numero tra 1 e 5 rispetto alla rilevanza o meno di trattare l'argomento in questione all'interno del CdL in SS, 17 su 22 ritengono che possa essere utile per il futuro "per sviluppare nuovi orizzonti di azioni con modalità diverse da quelle tradizionali" oppure perché l'imprenditoria è considerata "fondamentale per un lavoro sociale completo e innovativo: occorre essere preparati". Altri due studenti sottolineano che non vi sono materie economiche propriamente dette nel loro curriculum di studi e che questo potrebbe rappresentare un ostacolo. Infine, altri tre studenti esprimono invece l'opinione che dovrebbe essere un argomento da approfondire solo se interessati per non togliere peso ad altri corsi oppure perché "non così rilevante".

20 - Rilevanza rispetto alla possibilità che la formazione di base di servizio sociale comprenda l'educazione all'imprenditoria sociale		
Tot	Tot punteggio	Media
46/52	168	3,65

Nella parte conclusiva del questionario, è stato chiesto di esplicitare quale modello formativo, secondo gli studenti frequentanti il CdL in SS, potrebbe essere ritenuto per poter apprendere maggiori informazioni rispetto ad alcuni aspetti dell'imprenditoria sociale.

21 - Modello formativo che potrebbe essere più adeguato per l'educazione all'imprenditorialità sociale			
	Tot risposte	Tot punteggio	Media
Laboratori formativi di gruppo	45/52	178	4,13
Tirocini/Stage	45/52	185	4,11
Incontri seminari con realtà simili presenti nel territorio	45/52	167	3,71

Tab.9 – domanda n. 21

Fonte: elaborazione dati Masl aa. 2014/2015

Nel successivo paragrafo, è possibile prendere visione di una prima connessione riflessiva tra il mondo dell'imprenditoria sociale letto attraverso l'analisi dei dati raccolti dai questionari somministrati agli studenti CLASS frequentanti, e l'incubatore di imprese "Asti Città Green", come risorsa appartenente al medesimo polo universitario.

2.3 Il mondo dell'imprenditoria sociale per gli studenti CLASS e l'incubatore di imprese "Asti Città Green"

Il questionario somministrato ai cinquantadue studenti del CdL in SS iscritti e frequentanti il secondo e terzo anno, ha voluto, per la prima volta, cercare di comprendere quali aspettative imprenditoriali possono avere i futuri professionisti del sociale e come, in base ad esse, si possa concretizzare una possibile ed efficace interazione tra una delle tante risorse presenti all'interno del medesimo polo universitario, e in particolare l'incubatore di imprese, ed il loro futuro scenario professionale. Di fatto, l'incubatore non si vuole prestare come possibile o certa soluzione alle difficoltà riscontrate dagli studenti nel trovare lavoro ma come una possibilità in più data allo studente (o al gruppo di studenti) che intenda proporre una propria idea imprenditoriale, a prescindere dalle motivazioni, affinché essa sia concretamente supportata e indirizzata, con massimo criterio, verso il mercato.

Il lavoro di ricerca del project work si è rilevato, quindi, un'occasione importante per promuovere presso gli studenti la presenza dell'incubatore e mettere in pratica una prima sperimentale interazione tra loro e gli esperti del settore, per stimolare così un pensiero riflessivo che guardi in questa innovativa e possibile realizzazione professionale.

Inoltre, il lavoro in questione, come descritto all'inizio del primo capitolo, ha cercato anche di comprendere come, e se, la formazione accademica specifica per il CdL in SS e quella del Master in Sviluppo Locale possano essere, a loro volta, una potenziale risorsa per la promozione del capitale sociale per il territorio astigiano, ospitante tutte queste realtà universitarie ed gli attori sociali coinvolti in questo percorso di ricerca: ASTISS persegue, tra gli altri, lo scopo di promuovere nel territorio della regione Piemonte la nascita di nuove imprese e lo sviluppo di quelle già esistenti.

Un primo risultato che possiamo porre in evidenza in quest'apertura d'analisi è che quasi la metà degli intervistati, non solo studia, ma vive proprio tra Asti e Provincia e, di conseguenza, sono giovani stakeholder di questo ricco territorio in qualità di esperti e buoni conoscitori dei bisogni e degli elementi distintivi dello stesso, tenendo anche conto che ben sedici dei residenti, hanno iniziato la formazione in ambito sociale già a partire dalle scuole superiori e più della metà di loro ha intenzione di proseguire, dopo la laurea triennale, con questa tipologia di carriera formativa. Ma non solo: questo dato può essere anche una conferma per lo stesso prestigio del Polo Universitario, che si conferma punto di riferimento e approdo per la popolazione studentesca interessata al CdL in SS ad esso vicina.

La differenziazione tra i due generi sul totale degli intervistati, in realtà, non ha portato ad un risultato imprevisto: l'88,4% risulta essere di sesso femminile. Questo dato è una conferma di come la maggioranza degli studenti interessati al CdL in Servizio Sociale sia solitamente di genere femminile; un'ulteriore riflessione in merito a questo elemento, però, rischierebbe di spostare l'attenzione dall'oggetto di studio del seguente project work. Per chi desiderasse approfondire l'argomento, è possibile trovare in letteratura molti saggi che trattano la femminilizzazione della professione sociale (tra i tanti, "Professione e genere nel lavoro sociale" di Benvenuti e Segatorti, edito Franco Angeli).

Quello che, invece, può essere utile mettere in risalto, in questo contesto di informazione e promozione di realtà imprenditoriali, è come questa peculiarità possa

dimostrarsi un eventuale vantaggio per le stesse studentesse interessate a proporre una propria idea all'incubatore Uni-Astiss.

La pianificazione e realizzazione degli interventi a sostegno dell'imprenditoria femminile, infatti, è ormai una prerogativa di tutte le strategie politiche a livello sovranazionale, statale, regionale e locale: basta fare una breve ricerca all'interno del sito della Regione Piemonte, ad esempio, per riscontrare come siano state attuate in questi anni diverse iniziative e collaborazioni tra enti istituzionali e non, per predisporre agevolazioni di varia natura, a partire da quella fiscale, che promuovano la partecipazione femminile al mondo dell'imprenditoria. Le studentesse interessate a presentare un proprio progetto da incubare, inoltre, risultano avere un'età inferiore agli anni 35, limite massimo per accedere ai diversi bandi messi a disposizione.

Tornando all'analisi dei dati raccolti dal questionario in allegato, ventisei studenti hanno espresso la volontà di voler cercare lavoro in ambito socio-assistenziale a conclusione del loro ciclo di studi ma, al tempo stesso, hanno riconosciuto le difficoltà con le quali si dovranno scontrare nel ricercarlo presso il settore pubblico, tradizionale ambito di lavoro degli assistenti sociali; in particolar modo, così come da loro stessi evidenziano, la difficoltà è data dalla mancanza di risorse e dalle scarse possibilità di accesso attraverso concorsi e avvisi pubblici.

Il privato sociale è considerato, al contrario, senza però nascondere la deludente presa di coscienza in merito, l'ambito all'interno del quale potrebbero esserci maggiori opportunità di trovare lavoro, in particolar modo, con una media pari al 3,87, proponendosi direttamente alle cooperative sociali. Queste ultime (disciplinate dalla Legge n. 381 del 1991) rappresentano un modo di fare impresa che pongono, di fatto, al centro delle loro attività le problematiche e i bisogni sociali. Inoltre, l'affidamento di servizi a enti del terzo settore e/o alle cooperative sociali sta diventando una pratica sempre più diffusa con tutto l'inevitabile corollario delle distorsioni derivanti dalle regole del libero mercato e della logica al risparmio, spesso a discapito di operatori e della qualità della prestazioni erogate. Nonostante queste oggettive difficoltà, però, gli studenti vedono le cooperative come una risorsa per poter accedere nel mondo del lavoro e, perché no, farsi un po' di esperienza.

Diverso è, però, quando si devono vedere come promotori in prima persona di queste realtà imprenditoriali. Le risposte alle domande 8 e 9, infatti, sono la risultanza di questa evidente dicotomia: quarantuno fra gli intervistati non pensano di creare una propria impresa sociale ma, altrettanti, dichiarano che questa può essere un'alternativa possibile per trovare lavoro in ambito socio-assistenziale:

8 - Pensare di creare una propria impresa sociale			9 - L'impresa sociale come possibile alternativa per lavorare in ambito socio-assistenziale		
Sì	10/51	19,6%	Sì	41/50	82 %
No	41/51	80,3%	No	8/50	16%
			Forse	1/50	1%

Di certo, come è emerso anche dall'analisi di altri interrogativi, parte della questione potrebbe essere dovuta dal fatto che il background formativo degli assistenti sociali non

prevede, almeno per il triennio, apprendimento di materie di stampo economico-finanziario e la natura prettamente umanistica del corso in questione pare essere per gli studenti incompatibile con altri ruoli manageriali che non siano quelli appresi per l'esercizio e la pratica professionale.

Il loro diniego in questo senso deve, quindi, essere necessariamente letto anche alla luce di quanto poco si conosca dell'argomento e che fondare una propria impresa, di stampo cooperativo o meno, rappresenti per i giovani studenti, più un'impresa epica che non una delle strade eventualmente percorribili nel loro futuro occupazionale.

Un dato che può risultare non essere significativo per il ragionamento analitico del project, è quanto possa influire o meno sulla scelta imprenditoriale, la condizione di studente-lavoratore: se già una avviata (o almeno in parte) autonomia economica, possa eventualmente stimolare maggiore intraprendenza o dare un minimo di sicurezza in più grazie all'esperienza acquisita sul campo, in realtà, dal campione non rappresentativo oggetto di questa ricerca, sono risultati essere solo sei gli studenti che stanno svolgendo un lavoro retribuito e la maggior parte di loro, inoltre, in ambiti non concernenti il sociale.

Maggiore attenzione, invece, è stato posto dagli studenti sulla necessità di dover proseguire gli studi dopo la laurea triennale, al di là di quali corsi prediligere, con la consapevolezza che sia una possibilità in più per diventare maggiormente appetibili, e preparati, per il mercato del lavoro, posticipandone consapevolmente il momento di ingresso.

	No
conoscenza degli incubatori di impresa	50/52
conoscenza dell'incubatore "Asti città green" del polo universitario Uni-Astiss	51/52
conoscenza di start-up a vocazione sociale	47/52
conoscenza di qualche progetto di start-up a vocazione sociale che provenga da un incubatore di imprese	52/52

Cruciale elemento di svolta nel presente lavoro di ricerca, sono state le domande relative alla conoscenza da parte degli studenti intervistati della tematica presentata. A questo proposito, sono state predisposte domande più dirette sulla conoscenza degli incubatori d'impresa e, specificamente, di quello presidiato all'interno del medesimo Polo universitario. Inoltre, si è cercato di indagare anche in merito alla conoscenza di realtà più recenti come le start-up a vocazione sociale. Con l'analisi delle domande dalla numero 10 alla numero 13, si è dovuto innanzitutto riconoscere il fatto che gli studenti iscritti al CdL in SS Uni-Astiss non conoscono in generale gli incubatori di imprese, e nemmeno per sentito dire, l'incubatore "Asti Città Green", così come non hanno mai sentito parlare di start-up a vocazione sociale.

Inoltre, l'unica risposta affermativa relativa a quale fosse il contesto dove lo studente aveva avuto modo di sentire parlare dell'incubatore Uni-Astiss, è risultato essere esterno al Polo universitario e nello specifico, quello del servizio Informagiovani del Comune di Asti.

Per comprendere meglio il lavoro sottostante la ricerca in questione, è importante evidenziare anche il ragionamento che si è voluto fare a monte nella costruzione grafica del questionario.

Come si può, di fatto, osservare dal documento n.7 in allegato, si è voluto delineare anche figurativamente, con un semplice cambio pagina, la separazione tra le due parti del questionario: la prima con elementi conoscitivi più generali e la seconda parte, invece, con elementi più tecnici e approfonditi degli argomenti principe del project work. L’obiettivo era quello di voler lasciare allo studente il giusto spazio di “sospesa riflessione” senza che i contenuti della seconda parte interferissero con la spontaneità delle risposte.

A partire dalla domanda numero 14, infatti, ipotizzando già in partenza, seppur con cautela, un probabile risultato in negativo in merito agli argomenti richiesti, ha esposto allo studente una specificazione delle realtà indagate, inserendo una breve definizione di incubatore d’impresa e delle specificità e potenzialità dell’incubatore non tecnologico Uni-Astiss.

A partire da questo step, in base alla direzione presa dagli studenti intervistati in merito a questi argomenti, si sarebbero potute prendere strade molto differenti tra loro tra cui, anche il dover valutare un’eventuale e precoce conclusione del progetto; era, quindi, molto importante cercare di stimolare ed acquisire quanti più elementi possibili, non solo come dati oggettivi (conoscono/non conoscono), ma anche come veri e propri prodotti conoscitivi da poter restituire sia alla committenza sia ai referenti del CdL, in modo che potessero diventare eventuali spunti per possibili future strategie formative e collaborazioni reciproche. Inoltre, lo snodo in questa parte del questionario avrebbe significato se, in base alle risposte ottenute in vista del percorso seminariale organizzato per i giorni successivi, si potesse presumere un possibile interesse da parte degli studenti di approfondire ulteriormente l’argomento in questione, nei tempi previsti per il project work, organizzando incontri e tavoli di discussione ad hoc con alcuni esperti del settore.

Come già rapidamente accennato nel precedente paragrafo, le risposte acquisite in questa parte di questionario hanno, di fatto, rimesso in discussione quanto prescelto dagli stessi studenti: ben 21 dei 29 SI’ riportati alla domanda numero 14 (“Realizzerebbe un progetto imprenditoriale da incubare”) erano, infatti, una negazione rispetto alla antecedente domanda numero 8 sulla volontà o meno di voler realizzare una propria impresa sociale:

8 - Pensare di creare una propria impresa sociale		
Sì	10/51	19,6%
No	41/51	80,3%

14 – Realizzazione di un progetto imprenditoriale da incubare		
Sì	29/52	56,8%
No	22/52	43,1%

Non solo, tutti i 21 studenti avevano poco prima affermato anche di non conoscere la realtà degli incubatori di impresa, con i quali, invece, sembrerebbero adesso pensare di poter realizzare al suo interno un proprio progetto. Questo conferma anche quanto possa essere utile prevedere all’interno del plesso universitario una serie di campagne pubblicitarie ed espositive delle diverse risorse esistenti a cui i suoi stessi studenti possono accedere.

L’inaspettata e importante particolarità emersa da questo cambio di vedute degli studenti, ha dato modo di poter apprendere maggiori informazioni inerenti le specificità e gli ambiti d’investimento, le ragioni di interesse in merito alla volontà di creare un progetto imprenditoriale, le competenze e gli ingredienti ritenuti maggiormente utili per poterlo realizzare, sintetizzati nella tabella numero 10.

A partire dalle domanda numero 19, invece, hanno risposto sia gli studenti interessati alla potenziale presentazione di un proprio progetto imprenditoriale, sia quelli che, attraverso il filtro posto dalla stessa domanda, hanno dichiarato di non volerlo fare chiedendogli di esplicitarne le maggiori ragioni. La tabella numero 11 ne racchiude una sintesi esplicativa, dopo aver potuto osservare l'analisi dettagliata esposta nel precedente paragrafo.

N.	Domanda	Voci prescelte	Media (totale voti/totale delle risposte)
15	settore nel quale si pensa di investire	-Giovani	4,44
		-Donne vittime di violenza	4,41
		-Minori	4,37
16	motivazioni che possono stimolare l'avvio dell'impresa sociale	-Realizzazione dei propri obiettivi professionali	4, 51
		-Possibilità di realizzarsi e realizzare le proprie idee	4,48
		- Generare cambiamento e impatto sociale contribuendo in prima persona alla soluzione dei problemi	4,34
17	competenze di cui si potrebbe avere maggiormente bisogno per realizzare l'idea imprenditoriale	-Capacità di relazionarsi con l'esterno e di promozione della propria impresa	4,20
		- Leggi e norme	4,10
		- Sviluppo della persona e cultura organizzativa	4,03
18	ingredienti necessari per la realizzazione dell'idea imprenditoriale per avere successo in ambito sociale	- Innovatività dell'idea imprenditoriale	4,31
		- Capacità di leadership, personalità/carisma e di negoziazione da parte dell'imprenditore sociale	4,17
		- Sostenibilità dell'idea imprenditoriale	4, 13

tab. n.10 – sintesi delle domande 15/16/17/18

Fonte: elaborazione dati Masl aa. 2014/2015

N.	Domanda	Voci prescelte	Media (totale voti/totale delle risposte)
19	motivazioni per non pensare di avviare una propria impresa in ambito sociale	- Mancanza di risorse economiche proprie	3,97
		- Mancanza di una garanzia di reddito	3,95
		- Scarse competenze in ambito economico finanziario	3,97

tab. n.11 – sintesi delle domande 15/16/17/18

Fonte: elaborazione dati Masl aa. 2014/2015

All'interno del quadrante del questionario dedicato alle difficoltà riscontrabili di fronte all'avvio di una propria impresa sociale, si è voluto deliberatamente introdurre anche due elementi considerati come maggiormente significativi per gli studenti di SS, ossia "Difficoltà di riconoscere la figura dell'assistente sociale come erogatore di servizi e prestazioni a pagamento" e "Rischio che il ruolo di garanzia di diritti sociali da parte delle istituzioni pubbliche sia delegato al privato".

Difficoltà di riconoscere la figura dell'assistente sociale come erogatore di servizi e prestazioni a pagamento	42	155	3,69
Rischio che il ruolo di garanzia di diritti sociali da parte delle istituzioni pubbliche sia delegato al privato	39	127	3,25

L'analisi della media riporta per la prima un 3,69 e 3,25 per la seconda. Al di là del dato quantitativo ottenuto, però, che non li hanno collocati tra le tre voci ritenute di maggiore rilevanza, questi argomenti sono stati invece oggetto di notevole e primaria discussione all'interno del gruppo di lavoro "L'Officina delle idee", come avremo modo di approfondire nel paragrafo ad esso dedicato.

Di fatto, si potrebbe sostenere che l'attenzione da parte dello studente intervistato nelle difficoltà di pensarsi come imprenditori sociali, si è dedicata inizialmente agli elementi di natura più pratica (mancanza di risorse presenti e future) che non su quelli di tipo concettuale, maturati invece in spazi di confronto diretti e relazionali.

L'aspetto economico-finanziario, quindi, è quello maggiormente evidenziato da parte degli intervistati sia per ciò che concerne le risorse da investire e riacquisire, sia rispetto alle competenze ritenute, a ragion veduta, come imprescindibile dote per entrare a far parte del mondo imprenditoriale.

In relazione a quest'ultimo punto, come accennato anche ad inizio del paragrafo, potrebbe essere utile soffermarsi brevemente su alcuni aspetti chiarificatori: per chi non conoscesse l'obiettivo formativo e la strutturazione del CdL in SS preso in esame, si precisa che "Il corso è articolato in due blocchi formativi: il primo comprende i crediti delle attività formative collegate allo studio delle discipline di base, caratterizzanti e affini, indispensabili per la formazione culturale ed accademica; il secondo si riferisce alla formazione specifica professionalizzante necessaria per esercitare la professione di assistente sociale" (maggiori informazioni sono ricavabili direttamente dal sito www.digspes.unipmn.it).

Di fatto, quindi, si mette in evidenza che non ci sono propriamente esami o percorsi laboratoriali specifici e dedicati alle materie economiche ma tutto il percorso di studi ha una spiccata caratterizzazione multidisciplinare che permette allo studente di apprendere diverse conoscenze in diversi ambiti per acquisire basi culturali e scientifiche utili alla comprensione dei processi di cambiamento delle nostre società, prendendo in considerazione quali possono essere i fattori che ne determinano la nascita (ed il consolidamento) e quali trasformazioni possono attraversare i bisogni sociali. Oltre a questa complessa analisi storico-culturale ed economica attraverso lenti di ingrandimento che spaziano da quelle sociologiche, psicologiche, giuriste ecc., gli studenti apprendono anche i modi attraverso cui possono essere fornite risposte a tali bisogni e come essi stessi possono concorrere alla “promozione di giustizia e inclusione sociale” attraverso un impegno costruttivo per “influenzare le politiche sociali in questa direzione” (definizione di Assistente Sociale, a cura di M. Della Valle, 2013).

Inoltre, l’operatività propria della professione mette quotidianamente l’assistente sociale di fronte alla comprensione, ad esempio, di bilanci o documenti validi al riconoscimento del diritto ad agevolazioni tributarie (come il modello ISEE). Per questi motivi, il mondo della formazione post laurea, oltre che la diretta esperienza maturata sul campo e la forma mentis formatasi grazie al percorso triennale, possono permettere al professionista, presente o futuro, di completare il suo curriculum studiorum e approfondire anche argomenti quali quelli più attinenti alle aree economico-finanziarie, tanto temute, che possono fornire le adeguate conoscenze ed abilità per destreggiarsi in questa ampia complessità di azione e, perché no, magari anche a corollario di un eventuale percorso da imprenditore sociale. Ulteriore elemento da tenere in considerazione è la strutturazione tipica di un percorso all’interno di un incubatore di imprese, e specialmente per quello Uni-Astiss, che prevede un periodo formativo di gruppo per acquisire le basi teorico-pratica dei concetti salienti delle materie economiche e che sono inoltre previsti momenti individuali con l’esperto manageriale di riferimento. Alla base non c’è la volontà o la pretesa che si diventi esperti commercialisti o economisti di alto livello, ma che ci possa essere nel futuro imprenditore una maggiore consapevolezza di tutti gli ingredienti che possono essere utili al lancio della sua impresa e che lo supportino anche nell’entrare in relazione con le leggi del mercato in favore di una sostenibilità ragionata.

20 - Rilevanza rispetto alla possibilità che la formazione di base di servizio sociale comprenda l'educazione all'imprenditoria sociale		
Tot	Tot punteggio	Media
46/52	168/230	3,65

	Media
Laboratori formativi di gruppo	4,13
Tirocini/Stage	4,11
Incontri seminariali con realtà simili presenti nel territorio	3,71

Ciò premesso, quando è stato chiesto nei questionari quanto sia rilevante che il CdL in questione comprenda anche insegnamenti ad hoc per l’educazione all’imprenditoria sociale, gli studenti ne hanno riconosciuta una parziale utilità (punteggio 168 su un totale possibile di 230) specificando che il rischio sia quello di distogliere tempo ad altri corsi professionalizzanti. In linea con quanto espresso, gli studenti hanno indicato, successivamente, tra i tre modelli formativi ritenuti di maggiore rilevanza, modelli di stampo più seminariale, con incontri ad hoc, in gruppo e possibilità di metterli in pratica attraverso tirocini e stage. Quest’ultimo dato raccolto, è stata un piccolo avvio rispetto al gran materiale che è emerso nel gruppo di lavoro successivamente formatosi, che tutt’oggi sta lavorando a delle potenziali idee imprenditoriali e ha iniziato a seguire con interesse le diverse iniziative attivate in materia da enti formativi sia pubblici che privati

Infine, strategica è stata anche la scelta di somministrare il questionario appena pochi giorni prima dell'avvio del percorso seminariale, per cercare di sfruttare al meglio l'eventuale curiosità scaturita negli studenti a seguito di questo primo input. Come si potrà comprendere meglio anche dalla presentazione delle diverse attività che ne sono seguite, infatti, questa modalità organizzativa ha arricchito il seguente project work con ulteriore materiale sul quale si è potuto lavorare, ed ancora si sta lavorando.

2.4 Il seminario "Uno sguardo al mondo dell'imprenditoria sociale"



Nel percorso programmato per lo sviluppo del project work, in collaborazione con il Direttore Uni-Astiss, la Presidente e alcuni docenti del CdL in SS, è stato possibile realizzare il percorso seminariale sul mondo dell'imprenditoria sociale che ha previsto, così come dettagliatamente descritto all'inizio del capitolo, anche un seminario dedicato sia ad alcuni protagonisti delle realtà imprenditoriali piemontesi, sia alla presentazione di alcuni strumenti utili alla creazione d'impresa ed il lavoro autonomo, tra cui, proprio gli incubatori di impresa.

Il lavoro di organizzazione del seminario ha necessariamente richiesto di svolgere un ulteriore lavoro di analisi e ricerca delle realtà costituite a livello regionale: in particolar modo si è voluto indirizzarla verso quelle realtà imprenditoriali con la sostanziale particolarità di avere una bassa componente tecnologica.

Questo percorso di ricerca non si è rilevato per nulla semplice tenendo conto che non vi è un'unica fonte ufficiale dalla quale fare emergere un dato oggettivo su quante start up a vocazione sociale siano sorte negli ultimi anni dai diversi incubatori, o acceleratori di imprese. Di fatto, alcune realtà sono nate grazie anche a bandi con percorsi simili a quelli svolti dagli incubatori di imprese ma che hanno avuto una durata inferiore e limitata nel tempo. Inoltre, il lavoro di ricerca ha riscontrato che la quasi totalità delle start up a vocazione sociale che sono state immesse nel mercato piemontese negli ultimi due anni, trovate sui diversi portali on-line, hanno per lo più una forte componente tecnologica oppure, laddove non ne avesse, non si è

riusciti a trovare, contattandole alcune direttamente, un loro membro che possedesse una Laurea o un Diploma in Servizio Sociale.

Per questi motivi, si è deciso di indirizzare la scelta verso due realtà, entrambe non tecnologiche, che fossero rappresentative da una parte del mondo del profit e dall'altra del no profit: il progetto imprenditoriale “Orti Alti” e la cooperativa sociale di tipo B “Gruppo Spes”, di Torino.

La scelta è stata anche supportata dal fatto che all'interno della loro organizzazione, collaborino alcuni operatori con una formazione di stampo sociale, e nello specifico educatori professionali, ed inoltre i progetti realizzati sono affini alle realtà progettuali studiate all'interno del CdL in SS.

Inoltre, nella giornata di presentazione del percorso seminariale, sono stati invitati a raccontare la loro esperienza anche i due ex studenti Uni-Astiss del Corso di Laurea in Infermieristica, attualmente titolari di una start up a vocazione sociale in materia sanitaria, ossia lo studio infermieristico Auxillum.

Brevemente, se ne descrive la mission ed il percorso di realizzazione di ciascuna delle realtà imprenditoriali ospitate.



La start up “**Ortiali**” è nata nel 2015 grazie all’accompagnamento imprenditoriale di FaciliTo Giovani. **FaciliTo Giovani e Innovazione Sociale**, con sede operativa a Torino, si prefigge l’obiettivo di sostenere l’avvio di progetti imprenditoriali nel campo dell’innovazione sociale. Ortiali, è “un progetto di impresa sociale per realizzare, gestire e promuovere orti di comunità sui tetti piani di edifici di vario genere (scuole, biblioteche, condomini, edifici per uffici, edifici produttivi, supermercati), tramite il coinvolgimento diretto delle comunità che li abitano o li utilizzano. OrtiAlti vuole diventare il cuore vitale di un nuovo rapporto tra società e ambiente urbano, tra natura e cultura, tra il tempo lento della campagna e quello veloce della città”. Il progetto ha già ricevuto importanti riconoscimenti, come il primo premio del contest “A new Social Wave II” (2014) e in “WE-Women for Expo” (2015). In FaciliTo Giovani sarà seguito da Codex.

Sito: www.ortiali.com/ - www.torinosocialinnovation.it/



Il **Gruppo Spes** è una cooperativa sociale di tipo B, la cui missione e le cui attività si concentrano su giovani le cui attività si concentrano su giovani e lavoro. Tramite percorsi di formazione, lavoro. Tramite percorsi di formazione, didattici ed esperienze lavorative, il Gruppo didattici ed esperienze lavorative, il Gruppo Spes promuove e sostiene percorsi di accompagnamento e di autonomia dei giovani nel mondo del lavoro, con particolare attenzione per chi vive situazioni particolare attenzione per chi vive situazioni di difficoltà, e auto-finanziano progetti socio-educativi, di sostenibilità e di imprenditorialità in favore degli stessi.

In particolar modo, "Spes@Labor" è un progetto realizzato nel 2013 in collaborazione con l'Istituto Penale per Minorenni "Ferrante Aporti", nell'ambito del "Bando UniCreditCarta E - Strategie di coesione sociale per i giovani", promosso da **UniCredit Foundation**. Il progetto mira al reinserimento di giovani detenuti all'interno del tessuto sociale, attraverso interventi di inclusione lavorativa e professionale

Sito: www.spes-cioccolato.org/ - www.socialfare.org/it/



E' uno studio associato con sede a Firenze. La filiale di Asti è coordinata da due giovani professionisti, ex studenti Uni-Astiss. **Auxilium**, ed offre supporto alle aziende sanitarie, così come a enti e strutture pubbliche e private, secondo una nuova concezione dei servizi infermieristici, che supera i tradizionali standard dell'esternalizzazione, per giungere all'affidamento, parziale o completo.

I due giovani imprenditori hanno partecipato alla prima selezione di imprese da insediare nell'incubatore non tecnologico "**Asti Città Green**" del 2014.

Sito: www.studioauxilium.it - www.uni-astiss.eu/

A conclusione dell'incontro pomeridiano (meglio esplicitato nel documento n. MM in appendice), è stato richiesto quanti studenti fossero interessati a costituire un gruppo ristretto di lavoro che, in circa tre/quattro incontri, avrebbe avuto modo di proseguire con il lavoro del Social In Project. Il gruppo, che si prefiggeva la presenza di almeno quattro membri, ha visto l'adesione da parte di nove studenti, di cui due laureati ed uno studente di primo anno.

2.5 Il gruppo di lavoro: “L’officina delle idee”

Il gruppo di lavoro “L’officina delle idee” ha realizzato un percorso di discussione organizzata che ha visto l’adesione da parte di nove studenti: uno di primo anno, cinque frequentanti il terzo, un laureando fuori corso e due laureate (su un totale di 79 contattate per l’informativa del percorso seminariale Social IN project). Attraverso il metodo del **brainstorming valutativo**, sono stati realizzati tre incontri i cui contenuti sono stati oggetto di trattazione nel workshop con l’esperto consulente manageriale dell’incubatore Uni-Astiss. La tecnica strumentale utilizzata, brainstorming valutativo, molto simile al focus group, è parsa maggiormente efficace per svolgere l’obiettivo del project work, poiché produce informazioni da utilizzare successivamente, ma, a differenza di quest’ultimo, dà la possibilità di poter lavorare più volte con gli stessi membri del gruppo.

Del gruppo dell’Officina, ben 8 membri su 9 vivono tra Asti e Provincia e per agevolare gli ex studenti non lavoratori o gli studenti in difficoltà rispetto ad eventuali problemi logistici per presenziare agli incontri del gruppo, è stato messo a disposizione da Uni-Astiss anche un piccolo fondo per rimborsare le spese di viaggio.

I quesiti dai quali si è partiti, grazie alle informazioni di base raccolte dai questionari sul “perché” si possa o meno pensarsi imprenditori sociali e sul “come” questo progetto possa eventualmente essere concretizzato, il gruppo dell’Officina ha focalizzato la sua attenzione sul “cosa”: poiché i futuri professionisti del sociale vedono l’argomento in questione come complesso e poco conosciuto ma, allo stesso tempo, emerge, da parte loro, la volontà di tentare di presentare un proprio progetto imprenditoriale da incubare, “cosa” può essere richiesto ai referenti dell’incubatore di imprese per rispondere alle loro richieste di approfondimento dell’argomento, “cosa” limita nella pratica un percorso imprenditoriale in ambito sociale, “cosa” può essere realizzato in termini di promozione del capitale sociale da parte di coloro che ne studiano la natura ed il suo processo di trasformazione all’interno del proprio territorio e “cosa” conoscono dello stesso essendo un primo portatore di interesse?

Inoltre, la tecnica prescelta per questo percorso di analisi applicata, vede fondamentale il ruolo assunto dal ricercatore che può entrare maggiormente in interazione con i vari membri del gruppo stando vicino alle loro dinamiche e vivendole in prima persona man mano che si vengono a creare nuovi intrecci e processi ideativi ed ha la qualità di proporre al gruppo un tema di discussione delimitato nei contenuti e nel tempo. Importante, quindi, è stato anche riuscire a sperimentare metodi e tecniche che un esperto può utilizzare nei processi partecipativi, rilevante argomento approfondito nel corso di master: per garantire, infatti, la reale partecipazione di tutti gli attori e far sì che essi discutano costruttivamente e giungano a dei risultati in tempi ristretti è necessario che tutti abbiano la possibilità di esprimersi e di fatto, apprendere specifiche tecniche di facilitazione può agevolare il processo verso possibili soluzioni consapevolmente condivise.

Obiettivo del facilitatore, in questo caso, era quello di cercare di coniugare l’obiettivo formativo del proprio lavoro di ricerca con quello di produzione di ulteriori indicazioni e di conoscenza dei partecipanti al gruppo di lavoro dell’Officina in previsione di una presentazione del materiale raccolto utile agli stessi membri del gruppo, oltre che alla committenza.

Il patto di aula, in questo senso, aiuta il rapporto di fiducia iniziale e contestualizza anche gli ambiti di intervento oltre che le aspettative reciproche.

Il ciclo di incontri di fatto si è così strutturato:

Un primo momento è stato dedicato alle singole presentazioni e alle personali motivazioni rispetto alla propria presenza nell'Officina delle idee. Successivamente, in relazione a quanto emerso in questo primo giro di conoscenze, il gruppo ha affrontato diversi argomenti di riflessioni che centrassero molto il proprio ruolo professionale, presente o futuro, all'interno della propria comunità di riferimento.

Particolare attenzione è stata innanzitutto dedicata al “**come**” si possa pensare anche al lavoro sociale in maniera privatistica senza che diventi un'ulteriore distorsione delle politiche pubbliche a discapito delle garanzie del riconoscimento dei diritti fondamentali e del rispetto dei livelli essenziali di assistenza accessibili a tutti. Il privato sociale è stato sì presentato come una possibile riserva di “capitale sociale” ma non senza nascondere una certa diffidenza nei confronti della nostra complessa epoca storica. Al di là, quindi, delle ormai diffuse pratiche legislative in tema di delega dei servizi e dei sistemi di accreditamento e certificazione, l'interesse dei membri dell'Officina si è soprattutto soffermato sul concetto di empowerment delle persone e di quanto questo possa essere messo a rischio quando si accede all'offerta multi variegata del mercato sociale, poiché, di fronte ad un costo delle prestazioni a loro necessarie può, da una parte, limitarne l'accesso o privarlo della scelta a lui adeguata e, dall'altra, garantendo un sterile profitto a coloro che le erogano. Molti di questi aspetti di natura etica, hanno trovato una risoluzione all'interno del gruppo di lavoro nel pensare ad idee imprenditoriali sociali che non vadano a sostituirsi al pubblico ma che, in base ad un'attenta analisi del capitale territoriale del proprio ambito di intervento, possa integrarsi ad esso attraverso una creatività sociale r-innovativa e non esclusiva.

Tutti i membri presenti, di fatto, si sono presentati con una propria idea imprenditoriale che per diverse ragioni, hanno pensato di voler realizzare non conoscendone però le modalità e le eventuali possibilità presenti nel proprio territorio per poterla realizzare ed hanno visto questo gruppo come un'opportunità per saperne sapere qualcosa di più.

Per agevolare, inoltre, questi lavori di approfondimento ed indagine, i membri del gruppo sono stati anche forniti di un ulteriore strumento ideato in questo percorso seminariale denominato: “Social Plan”, poiché parlare di business, in questo primo tentativo di approccio tra la realtà studentesca e quella dell'imprenditoria, è apparso del tutto prematuro, oltre che aver riscontrato in merito una consapevole incapacità.

SOCIAL PLAN	
WHERE	settore di interesse e dove
WHEN	tempi di realizzazione
HOW	risorse e potenziale sostenibilità
WHAT	l'idea imprenditoriale
WITH WHO	coinvolgimento e/o partecipazione di altri soggetti pubblici/privati
WHY	creatività, competitività ed innovazione dell'idea imprenditoriale

All'interno di questo documento (di cui è possibile vederne un esempio compilato da una studentessa, nell'allegato n. , ogni soggetto ha cercato di fare una prima analisi della propria idea, non pensando agli oggettivi ostacoli che potrebbero doversi trovare ad affrontare, come, ad esempio, i costi immateriali di cui necessita la propria impresa. Il documento del Social Plan ha avuto l'obiettivo di mettere gli studenti di fronte alla prima necessaria analisi di un percorso ideativo del fare impresa interrogandosi su domande puntuali ed identificative della natura del progetto.

Inoltre, era possibile indicare le proprie perplessità e mancanze da un punto di vista teorico-pratico per la realizzazione dell'idea e quali fossero le aspettative nei confronti dell'incubatore di imprese.

Ulteriori criticità sono emerse rispetto alla temporaneità e complessità nella ricerca di risorse pubbliche o private attraverso bandi di difficile stesura e che tutto questo limiti la capacità di prevedere un percorso imprenditoriale a medio-lungo termine. Questi elementi, hanno portato i diversi membri del gruppo ad interrogarsi anche in merito alla difficile quantificazione di un lavoro ex ante e delle risorse umane necessarie considerandolo come un vero deterrente per pensarsi imprenditori sociali. La pressione che ne consegue, secondo il gruppo, può portare i professionisti del sociale a ricercare ed investire in opportunità tangibili ed immediate anche se poco gratificanti e senza garanzie occupazionali, come assunzioni a progetto presso enti del terzo settore, quali le cooperative sociali.

Nei tre incontri, più il workshop, i membri del gruppo, supportati dal valutatore/facilitatore, ha prodotto molte informazioni e materiale utile al proseguo del project work, ma non solo: il gruppo ha presentato delle vere e proprie idee imprenditoriali sulle quali si è molto discusso durante l'incontro con l'esperto manageriale Uni-Astiss.

2.6 Il workshop: “L’officina della impresa sociale”

Al'interno del percorso seminariale Social IN Project, dopo l'incontro in plenaria e il lavoro del gruppo sopra descritto, è stato previsto un workshop per il confronto con l'esperto manageriale dell'incubatore di imprese Uni-Astiss, il prof. Salsavatore, dei maggiori argomenti di interesse e approfondimento emersi nelle tappe precedenti, ed in particolar modo del gruppo ristretto di lavoro degli studenti laureandi e laureati.

La scelta dell'organizzazione di un workshop, è stata incentivata anche dalla volontà di voler sperimentare un altro metodo di lavoro applicabile nei diversi ambiti di coinvolgimento di attori sociali in modo che, durante tutto questo percorso seminariale, si potessero apprendere strumenti e tecniche utili al potenziamento delle proprie capacità relazionali per intervenire nei rapporti tra società locale e sviluppo socio-economico territoriale, capacità trasmesse dal percorso formativo del Masl.

Diverse sono state le domande che il gruppo di lavoro ha sintetizzato per l'incontro con l'esperto:

- Cosa fa nello specifico l'incubatore Uni-Astiss e che ruolo hanno i loro professionisti?
- Chi non ha conoscenza né formazione in ambito economico-finanziario può presentare una propria idea?
- Come si può creare un'impresa cooperativa e quali possono essere i costi?
- La sostenibilità di impresa è davvero possibile nel sociale?
- Quale percorso è consigliabile si debba seguire per chi vuole proporre una propria idea al prossimo bando dell'incubatore “Asti Città Green”?
- Come può sostenersi economicamente un'impresa sociale se vende le proprie prestazioni in un contesto di indigenza e difficoltà?
- Come si ricercano finanziamenti e risorse per la propria impresa?
- Quali possono essere gli ambiti di interesse di un'impresa sociale?

Si è molto puntato l'attenzione dei partecipanti sul fatto che un'idea di business deve indirizzare e ricercare la sua realizzazione all'interno di un ritorno economico e che la stessa si presenti con un'ipotesi concreta di sostenibilità nel futuro, diversamente non sarebbe altro che un'idea, bella ed innovativa, ma solo un'idea. Idee creative e originali, infatti, di per sé non garantiscono risultati finanziari sufficienti a garantirne la continuità e la mission stessa degli incubatori di imprese è che ci sia un accompagnamento ragionato sul come l'idea possa diventare un qualcosa di concreto.

Si deve partire, innanzitutto, dalla capacità di analizzare ed identificare il bisogno che si vuole andare a soddisfare e di proporre per esso una soluzione che sia pertinente e funzionante in relazione all'utenza a cui intende rivolgersi e del suo distinto contesto di azione.

L'idea dalla quale si intende partire deve, quindi, di per sé già creare le fondamenta per scegliere le opportune scelte strategiche ed il processo produttivo della stessa. Secondo la prospettiva della teoria imprenditoriale (tra gli altri, Baron 2008), l'avvio di una nuova attività economica consiste in un processo che attraversa cinque fasi, anche se non in maniera sistemica e lineare::

1. Definizione dell'idea per un nuovo prodotto/servizio.
2. Decisione di procedere nell'avvio dell'attività.
3. Raccolta delle risorse necessarie (materiali, immateriali e umane).
4. Avvio dell'attività (lancio sul mercato).
5. Miglioramento continuo dell'attività e "mietitura" dei risultati.

Inoltre il processo deve tenere conto dell'influenza di molteplici e dinamici fattori: individuali (abilità, motivazioni, caratteristiche dell'imprenditore), di gruppo (idee e consigli generati dall'interazione con i propri partner, gli esperti, l'utenza potenziale, gli investitori ecc.) e fattori sociali (quali ad esempio, il territorio, la logistica, la tecnologia, le condizioni socio-economiche attuali ma anche politico-culturali).

Nel prossimo capitolo, si presenta un'analisi quantitativa delle realtà imprenditoriali che sono ad oggi attive sul territorio astigiano ed in particolare di quelle che si rivolgono ai giovani alla luce di quanto emerso dall'analisi delle risposte degli studenti intervistati e del loro interesse ad investire maggiormente in ambito.

CAPITOLO 3 – Il capitale sociale di Asti

3.1 Le realtà imprenditoriali di tipo sociale sul territorio astigiano

Il lavoro di ricerca avviato in questo percorso di studi, ha portato alla produzione anche di una serie di dati ed elementi conoscitivi di tipo quantitativo sulle realtà imprenditoriali astigiane e, successivamente, analizzando nel dettaglio quelle che in particolar modo si rivolgono ai giovani. Quest'ultimo ambito di interesse è stato, infatti, quello maggiormente apprezzato dagli studenti potenziali imprenditori, intervistati in occasione della somministrazione del questionario esposto nel capitolo precedente. In questa parte di lavoro è, quindi, possibile dare uno sguardo generale ai dati della Camera di Commercio di Asti in riferimento alle start up ed imprese sociali attualmente istituite sul territorio locale e quelli mappati in occasione del seguente project work insieme all' "Informagiovani" del Comune di Asti, per i servizi attivi in favore di quella fascia di popolazione tra i 14 ed i 22 anni.

Brevemente, il capitale sociale può essere definito come "l'insieme delle norme e dei valori che governano le interazioni fra le persone, le istituzioni nelle quali essi sono incorporati, le reti di relazioni che si stabiliscono fra i vari attori sociali e la generale coesione della società. In una parola, il capitale sociale costituisce il collante che tiene insieme la società" (Camagni, 2008). Pur essendo il bene immateriale per eccellenza, appare ben chiara l'importanza del capitale sociale per l'attività economica di un territorio ed il percorso di ricerca avviato ha proprio cercato di soffermarsi sul potenziale contributo dato in questo senso dai presenti e futuri professionisti del sociale.

Nel tabella presentata nel testo "La crisi italiana del mondo globale. Economia e società del Nord (a cura di Perulli e Picchierri), preso in esame durante la formazione Masl, il capitale sociale di Asti era stato misurato con 1,30 con un benchmark regionale su Torino di 0,92. L'analisi del capitale sociale di un territorio è molto complessa: di fatto, comprende tutte quelle realtà, come ad esempio l'attivismo partecipativo e volontaristico da parte della cittadinanza, la qualità delle istituzioni pubbliche e private ecc.. che nella loro immaterialità producono comunque un bene di valore. Ma non solo, pervenire ad una singola misurazione univoca e concreta del capitale sociale è estremamente difficile poiché non vi è una sola dimensione e un'unità di analisi universalmente riconosciute.

La ricerca in questione si è rivolta soprattutto a determinati settori di interesse che appartengono all'ambito dell'istruzione, del socio-sanitario e di quello ludico-ricreativo.

Attraverso l'individuazione dei **codici Ateco** che appartengono alle categorie interessate all'interno della macro classificazione adottata dall'Istituto nazionale di statistica italiano (Istat) per le rilevazioni statistiche nazionali di carattere economico.

Importante ed ulteriore specificazione in merito, però, riguarda la difficoltà di classificazione per le recenti start up innovative che non trovano facilmente una collocazione all'interno di raggruppamenti rigidi e storicizzati nel tempo poiché le loro attività possono appartenere ed interessare più ambiti di interesse. Ciò nonostante, sono individuabili all'interno di determinate sotto categorie appartenenti alle macro classificazioni predisposte dall'Istat.

Inoltre, per conseguire l'obiettivo formativo del project work, il cui interesse, si ricorda, era cercare di comprendere se, e come, i futuri professionisti del sociale potessero pensarsi

imprenditori per la promozione e lo sviluppo del capitale sociale del territorio astigiano, la ricerca, esclusivamente di natura quantitativa, si è ulteriormente indirizzata solo per quelle elaborazioni statiche (CFR tab. nn. 13, 14 e 15) che potessero riferirsi nello specifico sia alla natura e specificità del CdL in SS sia in relazione ai contenuti emersi nel percorso seminariale sull'imprenditoria sociale "Social In Project".

In particolar modo la ricerca è stata diretta per i settori:

P - ISTRUZIONE In questa sezione viene classificata l'istruzione a qualsiasi livello o per qualsiasi professione. La sezione comprende sia l'istruzione pubblica che quella privata. Per ciascun livello d'istruzione iniziale le classi comprendono l'istruzione speciale rivolta agli alunni con disabilità fisica o mentale. Questa sezione include anche l'istruzione impartita a scopi principalmente sportivi o ricreativi, ad esempio l'insegnamento del tennis o del golf e le attività di supporto all'istruzione.

In questo senso si è cercato di indirizzare i dati in favore di quegli studenti che hanno orientato la loro idea imprenditoriale nell'ambito della formazione con una particolare attenzione al fenomeno della dispersione scolastica.

Q - SANITÀ E ASSISTENZA SOCIALE Questa sezione include l'erogazione di servizi sanitari e le attività di assistenza sociale. È inclusa una vasta gamma di attività, tra cui l'assistenza sanitaria fornita da medici professionisti presso ospedali e altre strutture, le attività di assistenza domiciliare che contemplano anche attività di assistenza sanitaria o attività di assistenza sociale che non contemplano il coinvolgimento degli operatori sanitari.

Questa sessione include la maggior parte delle ipotesi di idee imprenditoriali che sono state espresse durante il lavoro di ricerca, soprattutto per ciò che concerne le strutture residenziali e non, a supporto di minori, disabili e anziani.

R - ATTIVITÀ CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO Questa divisione include la gestione di strutture e l'erogazione di servizi destinati a soddisfare gli interessi culturali e di intrattenimento del pubblico. Sono incluse la produzione, la promozione e la partecipazione a spettacoli dal vivo, eventi o esibizioni destinati al pubblico; fornitura di competenze artistiche, creative o tecniche per produzioni artistiche o spettacoli dal vivo.

In merito questa sessione sono state ricercate solo le attività di intrattenimento e di divertimento che comprendano ludoteche o altre imprese valenza ludico-educativa.

Ogni sessione del codice Ateco è a sua volta suddivisa in molteplici sottocategorie consultabili facilmente nei manuali aggiornati sul sito dell'Istat. In questo lavoro ci si è dedicati solo alle 7 sottocategorie ritenute di maggiore rilevanza per gli argomenti trattati nel percorso seminariale.

Settori – D.lgs 155/2006 (disc. impresa sociale)	Descrizione
Assistenza sociale	Assistenza sociale non residenziale
	Servizi di assistenza sociale residenziale
Educazione, Istruzione, Formazione	Attività di supporto all'istruzione
Formazione extra-scolastica	Servizi di istruzione nca (Università popolare, Corsi di formazione e corsi di aggiornamento professionale, Scuole e corsi di lingua, Altri servizi di istruzione nca)
Erogazione di servizi culturali Valorizzazione del patrimonio	Attività ricreative e di divertimento

Tab. 12 settori imprese sociali

Fonte: elaborazione dati MasI aa. 2014/2015

Settore	Divisione	Sottocategoria	Registrate
P - Istruzione	P 85 Istruzione	85590 - Corsi di formazione e corsi di aggiornamento professionale	18
		85593 – Scuole e corsi di lingua	7
		85599 – altri servizi di istruzione	7
		856001 - Consulenza scolastica e servizi di orientamento scolastico - erogazione di servizi di supporto ai processi o ai sistemi scolastici: consulenza scolastica, servizi di orientamento scolastico,	1
Totale istruzione			12

Tab.13 imprese settore istruzione

Fonte: Camera di Commercio Asti

Settore	Divisione	Sottocategoria	Registrate
Q - Sanità e assistenza sociale	Q 87 Servizi di assistenza sociale residenziale	87	12
		871 case di riposo con servizi infermieristici	11
		872 case di riposo senza servizi infermieristici	3
		873 gestione	5
		879 centri di accoglienza	3
	Q 88 Assistenza sociale non residenziale	88	6
		881 assistenza sociale a domicilio	7
		8891 disabili	5
		8899 - prevenzione ai maltrattamenti a danno dei minori	3
	Totale Sanità e assistenza sociale		

Tab.14 - imprese settore sanità e assistenza sociale-

Fonte: Camera di Commercio Asti

Settore	Divisione	Sottocategoria	Registrate
R Attività artistiche,sportive, di intrattenimento e divertimento	R 93 Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	93299- Altre attività di intrattenimento e di divertimento tra cui ludoteche, parchi ricreativi,compagnie teatrali e molte altre attività ricreative di vario genere	17

Tab.15 imprese settore sport, arte, intrattenimento e divertimento-

Fonte: Camera di Commercio Asti

3.4 Uno sguardo ai giovani da parte dei giovani aspiranti imprenditori sociali

I ventinove studenti che hanno risposto affermativamente all'eventualità di poter realizzare un progetto imprenditoriale da incubare, hanno privilegiato "i giovani" come possibile settore di investimento. Stando alle prerogative richieste dal precedente bando presentato dall'incubatore non tecnologico "Asti Città Green", l'idea imprenditoriale è da circoscrivere nel territorio astigiano e, a seguito di questa preferenza da parte dei futuri professionisti del sociale, si è andato ad indagare ulteriormente quale possa essere l'attuale condizione del territorio rispetto a questo specifico ambito di interesse.

Per questo si è chiesta la collaborazione del servizio "Informagiovani" del Comune di Asti, il quale si è reso disponibile a produrre un elenco delle attività/ambiti dedicati alla fascia di età 14-22 ed in particolar modo, per la formazione e l'orientamento al lavoro (CFR. documento n.9 in appendice).

Un ulteriore ricerca è stata realizzata attraverso l'albo delle cooperative sociali della Regione Piemonte. Nella tabella 16 sono visionabili quelle che hanno una prevalenza di prestazioni rivolte ai servizio socio-assistenziali in favore dei minori.

LE COOPERATIVE SOCIALI – ALBO - REGIONE PIEMONTE				
Tip.	Nome coop.	Comune		Attività prevalente
A	il grillo parlante	ASTI		servizi all'infanzia e alla pre-adolescenza
A	jokko	ASTI		servizi di pre-post scuola, doposcuola e centri estivi
A	la strada	ASTI		comunità: educativa residenziale per minori, terapeutica e anziani
A	mimosa	ASTI		servizi socio – educativi – assistenziali
A	nuovi orizzonti	ASTI		interventi a favore delle persone diversamente abili e a favore dei minori
A	orso	Torni, Cuneo	Asti,	servizio di formazione ed orientamento

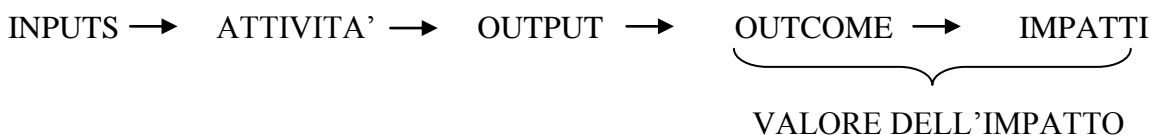
Tab.16 Cooperative sociali – per minori

Fonte: Regione Piemonte

3.5 L'importanza della valutazione dell'impatto sociale delle realtà imprenditoriali

A conclusione di questo capitolo dedicato all'analisi quantitativa delle realtà imprenditoriali istituite tra Asti e provincia, si è posti l'attenzione su un altro tipo di analisi, di tipo anche qualitativo, per la valutazione del loro impatto sociale a livello locale. Questa analisi può, infatti, rappresentare una ricchezza per il riconoscimento dello sviluppo del capitale sociale, oltre che essere un'impronta responsabile per la redistribuzione delle risorse e la natura sussidiaria insita nei nuovi modelli di Welfare. Inoltre, la valutazione dell'impatto sociale è una prerogativa prevista dalle recenti legislazioni nazionali in merito alle imprese sociali che le rende sempre più protagoniste riconoscendogli una serie di vantaggi fiscali poiché perseguono una finalità d'interesse generale, stesso interesse che caratterizza l'operatività etico-professionale degli operatori sociali.

Nello specifico, le nuove guide per la costituzione di una nuova impresa, consultabili on line sul sito del Ministero dello Sviluppo Economico, presentano le linee guida per la compilazione annuale di un documento che descriva l'impatto sociale da esse generate sul territorio di riferimento e nello specifico per ciò che concerne: la sostenibilità economica, la democrazia e l'inclusività della *governance*, la partecipazione dei lavoratori, la resilienza occupazionale, le relazioni con la comunità ed il territorio, le conseguenze sulle politiche pubbliche e la promozione dell'imprenditorialità. Per valutarne concretamente l'impatto i diversi elementi che entrano in gioco devono costantemente essere analizzati considerando la loro interazione sia a medio che a lungo termine interrogandosi, oltre che sull'obiettivo, anche sul risultato/cambiamento atteso.



L'importanza di valutare non solo gli outputs di un'impresa ma anche il reale cambiamento che la propria attività produce nella comunità e nel territorio, porta, quindi, l'impresa ad attuare un consapevole e responsabile interscambio con l'esterno, che non sia solo il pacchetto di clienti fruitori dei loro servizi, e di andare oltre la mera logica aziendale del calcolo costi-benefici. La stessa redazione del documento, inoltre, rende trasparente e verificabile l'investimento di tempo e risorse che viene attuato dall'impresa sociale a beneficio dell'intera area di interesse dentro la quale opera, non solo di se stessa.

Centrale diventa, quindi, produrre una stima non solo degli investimenti o delle prestazioni erogate ma dell'effettivo cambiamento che l'impresa genera su diverse dimensioni locali: di per sé, gli obiettivi di impresa diventano parte stessa del processo di generazione di un determinato impatto che richiede tempo ed un'innovativa logica partecipativa ed inclusiva rispetto le risorse presenti nella comunità.

Non si può nascondere che parte delle motivazioni di tanto interesse per la valutazione dell'impatto sociale, sono rintracciabili negli effetti della crisi economica che ha richiesto a tutti gli attori sociali coinvolti, pubblici e/o privati, di massimizzare le risorse e la loro efficacia, spesso a discapito dell'efficienza realmente auspicata. Ulteriore attenzione è posta dal legislatore anche rispetto al dovere da parte dell'impresa di uscire anche dall'autoreferenzialità e di dimostrare i risultati ad investitori, creditori e clienti, anche per garantire a quest'ultimi la tutela e la capacità di autodeterminarsi in un sistema di mercato sempre più frastagliato ad alta concorrenza.

Le complessità inerenti alla valutazione dell'impatto sociale permangono rispetto all'effettiva realizzazione della sua analisi che dovrebbe cercare di evitare che si generi un'ulteriore distorsione dovuto alla scarsa preparazione culturale, oltre che pratica, da parte degli stessi soggetti erogatori.

La definizione, infatti, degli indicatori per la misurazione degli outcome richiede maggiori sforzi di calcolo tra risultati quantitativi (ad es. numero borse lavoro erogate) e qualitativi (quale è stato il cambiamento della persona beneficiaria rispetto le proprie conoscenze e capacità oltre che considerare gli effetti generati all'interno dell'organizzazione ospitante e così via).

Anche nell'ambito del servizio sociale, lo sviluppo di procedure valutative incontra particolari difficoltà ed i processi analitici sopradescritti potremmo dire che sono già parte del sapere pratico della professione di assistente sociale poiché si muove all'interno di un'operatività concreta in stretta interrelazione con molteplici realtà e dimensioni (persona – sistema famiglia – organizzazione -rete dei servizi-comunità ecc).

Negli anni la professione ha di fatto prodotto modalità di lavoro sempre più innovative con la medesima complessità del dover calcolare il loro impatto sui processi di cambiamento avviati che ne potessero dimostrare, non solo l'efficacia, ma il valore realizzato, verificabile e riconoscibile anche all'esterno.

L'insieme delle scelte organizzative e operative attuate dai servizi sociali li mette costantemente di fronte alla necessità di analizzare l'interdipendenza che sussiste tra le risorse proprie dell'operatore, quelle della sua organizzazione e quelle, presenti o potenzialmente attivabili, della comunità/territorio di riferimento, poiché se ci si muove con l'obiettivo di generare un cambiamento, si deve essere in grado di calcolarne il suo impatto.

Oltre al dover indicare la mission del progetto imprenditoriale, l'obiettivo sociale e gli stakeholders di riferimento, per il settore "Servizi di assistenza sociale residenziale" (codice Ateco settore Q 87), è richiesta alle imprese sociali un'analisi dei seguenti indicatori di outcome:

- numero di progetti in tema di assistenza sociale e sanitaria che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno;
- aumento di consapevolezza della problematica affrontata nei beneficiari;

- miglioramento nelle capacità relazionali dell'individuo;
- misure di benessere ad hoc rispetto al servizio;

Si potrebbe concludere esprimendo l'opinione che gli indicatori di outcome per la valutazione dell'impatto sociale delle imprese sociali proposti dalle guide del Ministero per lo Sviluppo Economico, non sono così dissimili da quelli perseguiti, ormai da tempi, dalla comunità professionale degli assistenti sociali nel valutare i propri processi di cambiamento con la consapevolezza che muoversi secondo questa logica è parte stessa del capitale di conoscenza e di capacità delle giovani leve.

CONCLUSIONI

Pensarsi imprenditori sociali per lo sviluppo e la promozione del capitale sociale

Il Project Work “Social IN Project” è stato contrassegnato da due macro aree di intervento: una di carattere principalmente conoscitivo ed esplorativo dell’incubatore di imprese “Asti Città Green” e della possibile vocazione imprenditoriale da parte di un campione non rappresentativo di studenti frequentanti il CLASS attraverso la somministrazione di un **questionario**; l’altra area, invece, dedicata ad una parte più organizzativa e seminariale che coinvolgesse in prima persona gli studenti, gli esperti del settore ed alcuni protagonisti che vivono realtà imprenditoriali in ambito sociale.

In questo documento finale, si è potuto approfondire diversi argomenti quali ad esempio, il ruolo degli **incubatori di imprese** e le caratteristiche fondamentali delle startup a vocazione sociale e delle imprese sociali. Inoltre, si è potuto presentare il ricco materiale che è stato prodotto dagli esperti coinvolti e dagli stessi studenti protagonisti del percorso seminariale organizzato per l’occasione. Quest’ultimo è partito sin dall’inizio con l’intento di realizzare un percorso di ricerca che non avesse solo la finalità di ambire ad una mera restituzione di dati oggettivi, ma che potesse man mano generare un vero e proprio processo di cambiamento e consapevolezza da parte di tutti i soggetti coinvolti. Durante tutto il suo sviluppo, sono, di fatto, emerse molte altre curiosità e perplessità intorno all’argomento trattato dando vita ad una serie di ulteriori interrogativi cognitivi sul mondo dell’imprenditoria sociale e della complessità generata dal pensarsi in prima persona come possibili **promotori di sviluppo di capitale sociale**

Ma non solo, si è pensato a veri progetti imprenditoriali da incubare interrogandosi sulle risorse, esistenti e/o attivabili, del territorio astigiano, tenendo anche in considerazione quelle personali fatte di lacune ma anche di ricchezza conoscitiva ed esperienziale.

A fare da sfondo a questo dinamico percorso di ricerca, sono stati anche gli stessi obiettivi formativi del **Master Universitario in "Sviluppo locale"** che hanno assunto un ruolo di guida pratico-concettuale grazie alla quale è stato possibile muoversi efficacemente durante tutto il processo di lavorazione.

Come si è avuto modo di comprendere durante tutto il lavoro di ricerca che è stato svolto in occasione del project work “Social IN Project”, c’è un generale interesse da parte di una buona percentuale di studenti frequentanti il Corso di Laurea in Servizio Sociale, rispetto ai servizi messi a disposizione per il lancio di idee imprenditoriali da parte dell’incubatore di imprese Uni-Astiss. Si potrebbe quindi affermare, a conclusione del percorso, che è stato possibile raggiungere gli obiettivi formativi prestabiliti e, si può aggiungere, che in qualche modo si è riusciti ad andare *oltre*, poiché il processo avviato ha prodotto un vero e proprio cambiamento di cultura e consapevolezza da parte di tutte le persone coinvolte. Ci sono molte curiosità, riflessioni, perplessità da parte dei futuri professionisti del sociale rispetto al mondo dell’imprenditoria ed è emerso che in questo senso l’incubatore di imprese può davvero svolgere un ruolo fondamentale e fare la differenza.

I questionari somministrati hanno rilevato un dato chiaro ed oggettivo, ossia che la quasi totalità degli intervistati (per un totale di 51 su 52), non conoscono l’esistenza

dell'incubatore di imprese "Asti Città Green" istituito all'interno del medesimo plesso universitario da loro quotidianamente frequentato ma, messi di fronte ad una breve informativa rispetto la sua mission, si dichiarano disponibili a proporre un proprio progetto imprenditoriale da incubare:

11 – Conoscenza dell'incubatore "Asti Città Green" del Polo Uni-Astiss			14 – Realizzazione di un progetto imprenditoriale da incubare		
Sì	1/52	1%	Sì	29/52	56,8%
No	51/52	99%	No	22/52	43,1%

Molte sono, infatti, le riflessioni che potrebbero essere fatte in relazione a quanto dichiarato dagli studenti interessati alla ricerca e ad ogni passaggio analizzato sono emersi nuovi elementi che rappresentano da una parte l'interesse per l'oggetto di studio e, dall'altra, una gran confusione. Elementi che motivano, così come vincolano, molti degli aspiranti imprenditori.

In questo caso, si è ipotizzato che l'incubatore di imprese "Asti Città Green" possa intervenire in loro favore seguendo i suggerimenti da loro stessi dati ossia organizzando specifici momenti formativi che interessino questo eterogeneo ambito professionale. Fare impresa sociale, del resto, è un altro modo di fare impresa e nella sua complessità, di certo, richiama la necessità che sia fatto uno sforzo congiunto tra le figure istituzionali preposte alla formazione accademica affinché gli studenti interessati possano essere a conoscenza di possibili strade alternative di approdo nel mondo del lavoro.

La sperimentazione compiuta attraverso questo percorso di ricerca ha comunque dovuto, allo stesso tempo, fare i conti anche con la consapevolezza di aver trattato e maneggiato un argomento nuovo e di difficile analisi per il background formativo ed accademico degli studenti coinvolti, motivo che potrebbe aver in qualche modo influito nella raccolta dei dati e dei contenuti emersi nei gruppi di lavoro. Potrebbe essere utile, quindi, tenere in considerazione di svolgere una successiva ricerca comparandola con i dati raccolti di questo primo percorso dopo aver però prodotto, ad esempio, una campagna pubblicitaria od aver organizzato altri eventi formativi che possano mettere maggiormente a conoscenza gli studenti del ruolo assunto dagli incubatori di imprese e su altri tematiche inerenti al mondo dell'imprenditoria sociale.

Di certo, l'essere imprenditori in questo momento storico segnato da una profonda crisi economico-finanziaria rappresenta anche per gli studenti una delle loro maggiori paure e la mancanza di risorse proprie è considerata come una delle maggiori difficoltà. Come esplicitato nel primo capitolo, l'incubatore può anche assumere un ruolo fondamentale in questo passaggio poiché potrebbe favorire e supportare lo sviluppo di nuovi progetti imprenditoriali promossi dagli studenti del CdL in SS mettendogli a disposizione il proprio capitale sociale, ossia le collaborazioni attivate con altri enti e servizi attivi sul territorio. Inoltre, fornendo servizi di consulenza strategica, spazi fisici, attrezzature e strutture logistiche e formazione specifica, gli studenti aspiranti imprenditori possono contare sul supporto della crescita e della competitività della propria impresa ma soprattutto lavorare sulla consapevolezza di una necessaria sostenibilità futura.

Ma non ci si è solamente soffermati sull'utilità che possa avere o meno l'incubatore di imprese "Asti Città Green" sulla **vocazione imprenditoriale** delle giovani leve del sociale. Il lavoro svolto per questo project work ha, infatti, toccato diverse dimensioni dell'essere imprenditore in questo complesso ambito di investimento, come ad esempio interrogandosi costruttivamente su tutti gli aspetti etico-professionali che una tale tendenza possa chiamare in causa.

Del resto, se le imprese che producono utilità sociale attraverso la produzione e la vendita di beni e servizi, svolgono sempre di più un ruolo fondamentale nel nostro scenario di Welfare e sono diventati in alcuni contesti addirittura l'unica fonte di erogazione a discapito della garanzia dei diritti di accesso da parte di tutta la cittadinanza, allora è giusto e doveroso ragionare anche su quale responsabilità può (o deve) assumere in questo senso l'operatore sociale. Quest'ultimi, infatti, sono richiamati ad adempiere anche ruoli che seguano la promozione di giustizia e inclusione sociale impegnandosi costruttivamente per influenzare le politiche sociali in questa direzione. Si parla, quindi, di attivazione e di protagonismo in diversi scenari, di dover progettare e cercare di realizzare servizi ed interventi finalizzati al recupero e rinnovamento di micro/meso/macro realtà, oltre che alla promozione e allo sviluppo del capitale sociale di comunità e territori.

Il privato sociale, soprattutto a livello operativo, può mettere a disposizione competenze in grado di velocizzare la comunicazione fra quest'ultimi e le istituzioni, diminuire le distanze tra bisogni delle persone e servizi/enti di riferimento, senza però sostituirsi in toto ad essi, ruolo di tutela che in questo senso può essere maggiormente garantito da un assistente sociale professionista.

Le realtà del Terzo Settore, se coordinate in maniera adeguate e funzionali, potrebbero davvero contribuire a dare valore aggiunto alla rete dei servizi sociali e parte di questa ricerca ha voluto cercare di comprendere proprio se, e in che modo, un operatore sociale potrebbe intervenire in questo ambito assumendo un ruolo differente da quello canonico mantenendone però i principi e gli obblighi deontologici.

Il lavoro seminariale compiuto in occasione di questo project work, ha richiesto agli studenti frequentanti il CLASS, uno sforzo molto particolare, ossia quello di pensarsi in prima persona come possibili **promotori di sviluppo di capitale sociale**. Quest'ultimo, infatti, bene intangibile per eccellenza, è un fattore molto influente per la crescita del capitale territoriale e della attività economica del contesto locale in cui ci si muove. Di fatto, il capitale sociale rappresenta la qualità delle relazioni sociali che diventano una vera e propria risorsa sulla quale spendere e r-investire.

L'attenzione dal globale al locale è ormai una logica riconosciuta e sostenuta in favore del mantenimento di equilibri socio-economici e dell'incremento di beni collettivi in contesti micro in grado di accrescerne la competitività. Ciò che influisce sulla produzione di tali beni è l'interazione sociale facendo diventare, di conseguenza, il capitale sociale uno dei fattori di maggior interesse per **lo sviluppo locale** (Trigilia, 2006).

A conclusione di questo percorso, si può sottolineare che in merito all'impegno richiesto, gli studenti del gruppo di lavoro "**L'Officina delle idee**", ha dato concretamente il suo piccolo ma significativo contributo per la crescita del capitale sociale del territorio astigiano incrementando saperi ed intessendo nuove trame relazionali, oltre che agendo nella pratica attraverso la produzioni di vere e proprie idee imprenditoriali.

Di fatto, il gruppo, che, si ricorda, si è formato inizialmente solo con l'obiettivo di comprendere meglio alcuni aspetti dell'imprenditoria sociale e di alcune realtà indagate nel questionario, continua la sua attività: attraverso la pagina facebook e altri social network, condivide tutt'oggi idee imprenditoriali provenienti da altre realtà e ne propone di nuove. Inoltre, i nove membri del gruppo hanno iniziato a seguire eventi formativi promossi in provincia per approfondire ed aumentare il loro bagaglio conoscitivo sulle tante tematiche di interesse, come il Crowdfunding, l'Euro-progettazione oltre che continuare a dedicare un ampio spazio allo sviluppo locale e alla valorizzazione territoriale.

I futuri operatori sociali, infatti, hanno dimostrato di sapersi interrogare sui bisogni della propria comunità, partendo innanzitutto dall'analisi del proprio capitale umano, di progettare responsabilmente attraverso attività di ricerca, formazione, spazi di mediazione anche con l'esterno, creando un dialogo aperto e riflessivo sul come si possano raggiungere gli obiettivi ed i risultati desiderati, calcolati soprattutto in termine di impatto sociale.

BIBLIOGRAFIA/ARTICOLI

- Benvenuti P., Segatori R., Professione e genere nel lavoro sociale, Franco Angeli, 2000
- Bourdieu, P., The forms of capital. In J. Richardson (Ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (New York, Greenwood), 241-258, 1986
- Camagni R., Towards a Concept of Territorial Capital, in R. Capello, R. Camagni, B. Chizzolini, U. Fratesi, Modelling regional scenarios for the enlarged Europe, Springer, Berlin, 2008
- Dal Pra Ponticelli M., L'assistente sociale oggi: professionalità e formazione, Contributo tratto da Rapporto sulla situazione del servizio sociale in Italia. I rapporto 2001, a cura di Eiss, Ente Italiano di Servizio sociale, Eiss, Roma, 2001
- Gastaldi F., Ferrari C. e Buratti N., Ruolo del capitale sociale territoriale nella promozione dello sviluppo locale, in La valorizzazione del patrimonio di prossimità tra fragilità e sviluppo locale. Un approccio multidisciplinare, Franco Angeli, 61-80, 2011
- Giaccaria P., The 'Magic and Loss' of Social Capital and Local Development, in Social Capital; Local Development; Geography, 67-92, 2009
- Lopolito A., Sisto R., Il Capitale Sociale come fattore di sviluppo locale. Aspetti teorici ed applicativi, Quaderno n. 07/2007 - Dipartimento di Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche Università degli Studi di Foggia
- Miccoli G., Valorizzare le risorse umane attraverso percorsi innovativi di formazione, Rivista FORMEZ, 2009
- Ornaghi L., Il Terzo Settore e la possibile svolta del welfare, Approfondimenti, interno 6/02, p. 19-25
- Perulli P. e Pichieri A. (a cura di), La crisi italiana nel mondo globale. Economia e società del Nord, Piccola Biblioteca Einaudi, 2010
- Setti M., Impresa sociale vs altre forme non profit: costi gestionali e amministrativi a confronto, Cooperative Enti no Profit, n.6/2013 p 33-39, 2013
- Trigilia, C., Sviluppo Locale. Un progetto per l'Italia, Bari, Editori Laterza, 2006

SITOGRAFIA

<http://www.dsems.unifg.it/q072007.pdf>

<http://www.istat.it/it/>

<http://www.at.camcom.gov.it/>

<http://www.uniupo.it/it>

<http://www.regione.piemonte.it/index.htm>

<http://www.comune.asti.it/>

<http://startup.registroimprese.it>

www.bancaditalia.it

www.sviluppoeconomico.gov.it

www.incubatoreimpresa.it

<http://www.cliclavoro.gov.it/>

www.socialfare.org

www.progettisociali.it

www.torinosocialinnovation.it

www.nonprofitonline.it

<http://www.welcomepiemonte.it/>

APPENDICE

Incubatore di impresa: “Social **IN** Project”.

Pensarsi imprenditori per lo sviluppo e la promozione del capitale sociale

Project Work di:

Maria Chiara Bartocci

Masl A.A. 2014/2015

