La sfida del coworking per l'impresa sociale: le quattro dimensioni che sostengono l'innovazione sociale

Maurizio Busacca
Università Ca' Foscari Venezia
Università IUAV Venezia
Michele Magnani
Coworking Multiverso Firenze

Abstract

In Italia sono sempre più frequenti i casi di cooperative e imprese sociali che implementano spazi di coworking e di incubazione, che diventano alcuni dei più diffusi "luoghi dell'innovazione". Queste esperienze non rappresentano solo una variante della forma originaria del coworking ma si contraddistinguono per una serie di potenziali vantaggi competitivi, preziosi in una fase di profonda trasformazione del settore sotto la spinta di politiche europee e fenomeni globali di promozione della Social Innovation che in Italia producono nuove esperienze ad un ritmo crescente. Essendo ancora pochi gli studi che tentano di spiegare i modi nei quali gli spazi collaborativi sono in grado di favorire l'innovazione mediante dinamiche relazionali positive, emerge una precisa domanda di ricerca: quale sfida rappresenta il coworking per l'impresa sociale? In tale scenario, il nostro studio ricostruisce quattro "descrizioni dense" dedicate ad altrettanti coworking progettati e gestiti da imprese sociali in Veneto, Emilia Romagna e Toscana.

Keywords

Social Innovation
Open Innovation
Coworking
Social Enterprises
Network Governance
Strategic Orientation
Embeddedness

Obiettivi

Nel contesto italiano, l'osservazione empirica e un numero crescente di studi evidenziano come molte imprese sociali si avventurino nel coworking in termini di innovazione (prodotto) e in qualità di abilitatore (processo) di innovazione. Le vie attraverso le quali queste imprese si cimentano in queste nuove forme di intrapresa sono molte, riconducibili essenzialmente a tre tipi ideali:

- imprese sociali che si ritrovano porzioni di patrimonio immobiliare inutilizzato a seguito della contrazione dei servizi affidati dall'ente pubblico;
- imprese sociali che, nel gestire servizi pubblici, utilizzano parte degli spazi come spazi condivisi di lavoro, aperti anche all'utenza;
- imprese sociali che dichiaratamente creano spazi di lavoro condivisi per generare idee e nuovi progetti d'impresa.

L'obiettivo di questo lavoro è identificare, isolare e spiegare le dimensioni chiave nel determinare il successo di queste esperienze quando si pongono obiettivi di innovazione sociale.

Risultati

Dalla comparazione dei quattro casi studio emergono quattro dimensioni chiave per comprendere le diverse forme di successo delle esperienze:

1. *Il contesto,* come fattore abilitante per eccellenza, che le organizzazioni riescono a codificare mediante processi di interazione con i differenti attori locali dimostrando una precisa competenza di progettazione site-specific realizzata mediante bricolage (Lanzara, 1999), per parti e per tentativi ed errori.
2. *L'orientamento strategico* (Coda, 1988), quale visione e indirizzo a medio e lungo termine che le organizzazioni strutturano grazie a precise conoscenze dello scenario competitivo e abilità previsionali tipicamente imprenditoriali che contraddistinguono una elevata capacità di definire obiettivi aziendali precisi e coerenti con il proprio sistema di valori.
3. *I beni o servizi prodotti,* tra loro profondamente differenti anche all'interno di una stessa organizzazione o progetto, che dimostrano la conoscenza di campi e logiche d'azione tipiche di organizzazioni sociali differenti (stato, mercato, famiglia, associazioni intermedie), che vengono gestite mediante l'abilità di operare simultaneamente come imprese profit, non profit, organizzazioni civiche e istituzioni pubbliche, come imprese ibride (Evers, 2005; Doherty et al., 2014).
4. *La governance,* che denota una conoscenza avanzata dei processi organizzativi e una elevata abilità di gestire l'interazione tra attori e livelli differenti, dimostrando una significativa competenza di network governance (Jones et al., 1997) traslata a livello intra-organizzativo e quindi di governo della complessità attraverso l'introduzione e la gestione di molti modi e livelli (quindi luoghi) di decisione.

Originalità

Gli aspetti originali del lavoro sono due: il primo è la metodologia di ricerca self-etnografica adottata dai due ricercatori, che sono anche un imprenditore sociale e un coworking manager; il secondo è rappresentato dal recupero di concetti coniati negli anni '80 e '90 e in parte dimenticati per spiegare fenomeni emergenti senza fare ricorso a parole di moda o buzzword.

Bibliografia

Coda V. (1988), *L'orientamento strategico dell'impresa*, Utet, Torino.

Evers A. (2005), "Mixed Welfare Systems and Hybrid, Organizations: Changes in the Governance and Provision of Social Services", *International Journal of Public Administration,* 28/9-10, pp. 737-748.

Jones C., Hesterly W.S., Borgatti S.P. (1997), "A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms", *Academy of Management Review*, 22/4, pp. 911-945.

Montanari F., Mizzau L. (2016), "I luoghi di innovazione: un primo modello organizzativo per fenomeni emergenti", *Impresa Sociale*, 8.2016, pp. 49-58.

Design, metodologia, approccio

L'articolo è organizzato in tre parti: nella prima si presenta l'impianto teorico di riferimento, nella seconda si descrivono in modo approfondito i quattro casi studio analizzati, nell'ultima parte essi vengono comparati per isolarne le variabili chiave nel determinare il successo (in particolare delle quattro imprese oggetto di analisi)

Sul piano generale il lavoro adotta la comparazione case-centred e interpretativa, basata su quattro studi di caso tra loro molto differenti, in modo da porre attenzione alle particolarità e a fattori di tipo qualitativo e produrre descrizioni dense (Geertz, 1983). Le quattro imprese sociali impegnate nella gestione di spazi di coworking sono tra loro molto differenti; verificare strutture comuni d'azione può essere un indicatore utile per individuare e ricostruire eventuali sequenze causali.

Sul piano operativo, invece, la nostra contemporanea posizione di ricercatori e operatori del settore ci ha spinti verso l'adozione di una prospettiva self-etnografica (Alvesson, 2003). Essendo necessario per il nostro obiettivo approcciare precisi contesti organizzativi – e quindi anche culturali – l'ipotesi formulata da questa prospettiva è che la vicinanza del ricercatore con quei contesti possa essere colta come opportunità, permettendogli di venire a contatto in modo più efficace con racconti e documenti, casi e persone, commenti e valutazioni, mescolando materiale informale e formale.

Questa prospettiva culturale dello studio delle organizzazioni qui indagate (Alvesson, 1993) è stata operazionalizzata mediante un approccio di ricerca olistico e comparativo che «refers to a methodological perspective that gives special attention to parts-whole interactions» (Moulaert, Mehmood, 2013 – p. 442) e nel quale «change agendas, policy agendas, and participation strategies are best based on (collective) practical and situationally specific judgements» (ibid. - p. 443).

I risultati della ricerca qui proposti sono quindi il frutto di un lungo lavoro di sistematizzazione di alcune osservazioni dirette e partecipanti formulate nel corso degli ultimi anni, di una serie di analisi documentali condotte principalmente mediante siti web e profili social delle organizzazioni indagate e di alcune interviste in profondità degli operatori chiave delle quattro imprese sociali che stanno affrontando la sfida del coworking.

Dati

Lab Altobello

CO+

Officine ON/OFF

Wisionaria