

Legacoop Bologna nella Conferenza programmatica e di organizzazione nazionale





Il senso del documento

La Conferenza programmatica e di organizzazione di Legacoop

Il 41° Congresso di Legacoop ha dato al gruppo dirigente il mandato di rilanciare con forza l'identità del modello cooperativo e i suoi valori, allo scopo di perseguire la funzione sociale che la Costituzione gli riconosce. Lo strumento adottato per dare esecuzione a questo mandato è la Conferenza programmatica e di organizzazione, un processo che ha già coinvolto la presidenza di Legacoop e coinvolgerà tutti gli organi dei territori e dei settori, con "l'ambizione di sollecitare l'intelligenza di tutte le cooperatrici e i operatori di Legacoop in una rinnovata impresa collettiva: rilanciare i valori storici del mutualismo nel mondo contemporaneo".

L'impegno di Legacoop Bologna

L'obiettivo ambizioso su scala nazionale è sostenuto da "un riconoscimento e un investimento nella pluralità delle esperienze territoriali e settoriali", chiamando direttamente le associate a contribuire non solo attraverso l'analisi, ma anche in funzione delle proprie competenze, attività in corso e sperimentazioni future.

Legacoop Bologna è consapevole del valore e della responsabilità che ha nel movimento cooperativo e ha scelto di:

1. intraprendere un percorso di riflessione e proposta consistente ad oggi di 6 incontri di Presidenza, 3 di Direzione fino all'Assemblea del 7 marzo 2024;
2. raffrontare i lavori preparatori del documento nazionale della Conferenza programmatica e di organizzazione con il proprio documento di mandato e aggiornare il proprio piano di lavoro, individuando le azioni coerenti già in essere e gli ambiti dove porre maggiore impegno per contribuire al raggiungimento dell'obiettivo comune.

Presentiamo a seguire lo stato della riflessione interna, per come si è sviluppata fino a oggi, quale tappa del percorso territoriale verso l'assunzione di scelte adeguate agli obiettivi e alle trasformazioni in corso e come assunzione di responsabilità da parte di Legacoop Bologna nei confronti delle altre istanze in funzione dello sviluppo del movimento cooperativo.

Struttura del documento

La presente bozza è divisa in due capitoli: nel primo presentiamo le aree di lavoro ritenute prioritarie declinando aspetti valoriali, di identità e mission, includendo le raccomandazioni di metodo particolarmente importanti dalla prospettiva bolognese; nel secondo sottolineiamo le principali traiettorie operative e alcune azioni specifiche che Legacoop Bologna si impegna a portare avanti, in coerenza con gli obiettivi individuati dalla Conferenza programmatica e di organizzazione, rimandando al proprio Piano di lavoro per una visione complessiva e puntuale delle attività progettate.

Le direzioni individuate

In relazione con la comunità

Sono azioni che interpretano i cambiamenti, riconoscono i sentimenti e i bisogni, adottano un linguaggio a misura di chi ascolta, che susciti interesse e aiuti a diffondere la conoscenza della cooperazione.

Nel chiederci come rilanciare il valore del mutualismo, abbiamo scelto di iniziare ponendo l'attenzione sulla necessità di decentrare l'attenzione da noi, per ascoltare ed adattare la nostra proposta ai bisogni ed ai linguaggi delle comunità di cui facciamo parte. In questo senso riteniamo prioritario:

- individuare quali contenuti e quali modalità siano maggiormente efficaci per generare mutuo interesse e soddisfazione nel dialogo con le comunità, fare emergere i bisogni sentiti dalle persone, rappresentarli collegandoli a possibili soluzioni-azioni che trovino nell'impresa mutualistica uno strumento di risposta e trasformazione;
- comunicare in modo più veloce e sintetico anche tramite il canale digitale;
- contrastare lo stereotipo che "fare cooperazione" sia diverso dal "fare impresa", anche riducendo la distanza che esiste nel discorso pubblico e nel senso comune tra le definizioni rilasciate in ambito accademico e politico-istituzionale sull'economia sociale e le informazioni circolanti;
- adottare un focus specifico rivolto alle persone straniere: fare emergere i bisogni e le idee di cooperazione che portano;
- sviluppare un discorso pubblico sulla coerenza cooperativa, ancorato al piano di realtà. Favorire il miglioramento continuo delle cooperative in termini di capacità imprenditoriale e sostenibilità, per continuare ad affermarsi come alternativa concreta ad altri modelli di impresa.



Saper fare impresa

Sono azioni per cooperative più capaci, coerenti e vantaggiose, dunque attrattive, che realizzano la sostenibilità, il riconoscimento del vantaggio mutualistico ai soci e alle socie e del lavoro grazie alla capacità di produrre maggiore valore.

Migliorare la capacità di stare sul mercato, investire in ricerca e sviluppo, migliorare/innovare i processi produttivi e il clima aziendale, anche con strumenti digitali e l'uso dei dati, sono elementi strutturanti la distintività cooperativa.

L'impresa cooperativa ha la prerogativa di parlare sia a persone che la scelgono per ragioni ideali sia a quelle interessate all'aspetto di vantaggio materiale, la sua esistenza è legata alla capacità di fornire risposte convincenti in entrambi questi ambiti.

Per generare e distribuire valore riteniamo importante:

- definire un impegno straordinario per migliorare le condizioni lavorative (reddituale, di competenza ed opportunità di crescita, di qualità ambientale e relazionale, di senso) delle socie e dei soci, investendo idee e risorse ai fini di una maggiore attrattività della forma cooperativa come datore di lavoro e, al contempo, opportunità per intraprendere;
- il sostegno alla formazione, individuale e collettiva, su processi e strumenti per il benessere lavorativo, per l'adeguamento delle competenze alle trasformazioni, per la crescita personale e della cooperativa;
- un approfondimento della riflessione sui vantaggi e i rischi nell'uso delle diverse forme giuridiche come strumenti per lo sviluppo dell'impresa cooperativa e la diversificazione dell'attività;
- la necessità di promuovere all'interno del movimento la consapevolezza sulle possibilità offerte da digitale, intelligenza artificiale, data economy, anche mettendo in rete la conoscenza e l'esperienza delle associate.

Intergenerazionalità

Sono azioni per legittimare una nuova classe dirigente e le iniziative delle persone giovani. La necessità non riguarda solo la rappresentanza politica di una classe anagrafica (la più svantaggiata secondo i vari indicatori di distribuzione del reddito e del capitale), né la necessità di ricambio nei ruoli auspicabilmente lasciati per sopraggiunti limiti legati all'età; riguarda anche la cura a non impoverire il movimento del capitale accumulato (economico, culturale, valoriale) nel passaggio tra le generazioni e riguarda le capacità e sensibilità che le nuove generazioni possono portare per l'ulteriore sviluppo del movimento, dal riconoscere e saper enunciare elementi di attrattività nell'interpretazione delle trasformazioni dei mercati, dalle modalità comunicative efficaci alle nuove forme dei processi collaborativi e dell'impegno sociale e ambientale.

In questa prospettiva riteniamo utile:

- focalizzarsi sulle proposte di cambiamento ritenute attrattive dalle persone giovani, non limitarsi a lavorare sulla rappresentanza delle quote (comunque da consolidare);
- aumentare la conoscenza delle esigenze delle persone giovani e i processi di loro legittimazione;
- sostenere la formazione, anche attraverso reti con le Università ed altre agenzie formative;
- aumentare i luoghi, gli eventi e le occasioni di dialogo formale e informale tra generazioni di cooperatrici e operatori.





Consapevolezza del fattore comune


Sono azioni che fanno sentire tutte e tutti (soci-e, imprese) parte di un unico movimento che ha tra gli scopi fondamentali quello di rendere disponibili risorse/opportunità a chi è in posizione più debole. Si tratta di aumentare la consapevolezza ed il senso di appartenenza soprattutto attraverso:

- il maggiore rimando, l'esplicitazione e la focalizzazione del discorso sull'elemento comune e "collante" che unisce tutte le aderenti;
- l'attenzione a non perdere la capacità di tenere dentro la stessa idea di cooperativa esperienze con dimensioni e culture territoriali molto diverse, progettando specifiche azioni coesive;
- l'elaborazione di una strategia comunicativa specifica rivolta alle persone che hanno maggiori difficoltà ad andare oltre il proprio bisogno individuale, che non presentano in prima istanza propensione cooperativa ed entrano in cooperativa, e perciò stesso a far parte del movimento, in ragione delle opportunità "strumentali" (lavoro, casa, consumi, etc) che offre. Si tratta, infatti, di un fenomeno percepito come prevalente in questa fase storica;
- aumentare la consapevolezza di quale sia il vantaggio ad essere socio-a, valorizzando gli strumenti caratteristici della mutualità, innovandoli in funzione inclusiva ed equitativa, ed estendendo gli ambiti e le opportunità di scambio mutualistico; trovare forme più efficaci di comunicazione e rappresentazione del vantaggio mutualistico; immaginare nuovi ambiti e nuove forme, nel lavoro, nella mobilità, nei consumi (es. energia), nell'abitare, nella proprietà e nell'uso degli "ambienti" digitali (piattaforme, ...);
- rilevare e mettere a valore il vantaggio della distintività cooperativa tra chi già lo conosce e riconosce; individuare "agenti" della promozione mutualistica;
- approfondire quali bisogni sono espressi e quali servizi sono desiderati dalla base sociale delle cooperative e quali/come creino maggiore interazione e vicinanza tra le socie e i soci;
- valorizzare lo strumento mutualistico per promuovere nuove aree di imprenditorialità a partire dai bisogni rilevati;
- rendicontare le azioni volte a creare opportunità di sviluppo delle aree marginali (focus su montagna e periferie intercluse).

Alleate di altri movimenti

Sono azioni che ci uniscono a sforzi comuni, sostengono il lavoro e il protagonismo di altre organizzazioni per lavorare su obiettivi più grandi, in primis la sostenibilità.

Le principali direzioni riguardano:

- promuovere azioni e comportamenti adeguati a preservare e rafforzare la rappresentanza unitaria con le centrali Cooperative dell'Alleanza, anche nella nuova dimensione di coordinamento confederale;
 - proseguire nella ricerca di ambiti di interesse ed intervento coerente con altre associazioni di rappresentanza d'impresa e su possibili progettualità sinergiche (particolarmente con le associazioni dell'artigianato, dell'industria territoriale);
 - costruire partnership e alleanze per la gestione di aree ed edifici dismessi da riqualificare, ad uso e per la comunità, le associazioni, le imprese.
- 

Le azioni

Stimolo alla dialettica

La Conferenza programmatica e di organizzazione chiama le associate a contribuire con le proprie esperienze, progetti, capacità operative. Legacoop Bologna rappresenta imprese di un territorio ricco di cooperazione e iniziative, intendiamo presentarle soffermandoci su quelle che a nostro avviso possono apportare maggiore vantaggio per il movimento cooperativo, se intese non come modelli da replicare meccanicamente, ma come innesco per un confronto a due vie con altre componenti del movimento, in grado di generare un mutuo miglioramento, permettendo un rilancio che coinvolga tutte le parti. Rinnoviamo coerentemente l'impegno a leggere con cura i documenti e partecipare alle occasioni di confronto che arriveranno da altri settori e territori.

Piano di Lavoro

Legacoop Bologna basa la propria azione su Statuto e Regolamenti, sui documenti di mandato approvati dal Congresso, sui piani di lavoro annuali approvati dalla Direzione, sul Piano per la sostenibilità approvato dall'Assemblea. Tutti questi livelli sono stati o saranno chiamati in causa dalle riflessioni innescate dalla Conferenza programmatica e di organizzazione, anche se allo stato attuale della riflessione i cambiamenti principali sono situati tra le azioni definite nel Piano di lavoro. Le Linee guida del Piano di lavoro raggruppano i progetti in 5 aree:

- trasformazioni urbane e sociali;
- promozione cooperativa/Cultura del cambiamento;
- sostenibilità (agenda ONU, economia sociale, public procurement);
- intergenerazionalità e cultura cooperativa;
- innovazione/innovazione digitale.

Tutti i progetti e le attività dell'associazione sono state e saranno raffrontate con i documenti prodotti in sede di Conferenza programmatica e di organizzazione per individuare in quali ambiti target l'associazione bolognese sia presente e in quali debba rafforzare la propria presenza. In questo mondo intendiamo qualificare il nostro apporto agli obiettivi comuni e rafforzare la coerenza della nostra azione con le direttrici strategiche mano a mano definite nel percorso di tutta Legacoop e interpretare l'operato di Legacoop Bologna come strumento operativo territoriale della Conferenza.

Ad oggi l'attenzione degli organi di Legacoop Bologna si è concentrata in particolare sulle tre aree presentate a seguire, generando dibattito, riflessioni comuni, direttrici di azione e investimenti.





Rapporto con i soci e le socie delle associate

A fronte della necessità di promuovere il senso di unitarietà del movimento e di individuare soggetti in grado di aggregare la domanda necessaria a generare nuova cooperazione, può essere vantaggioso che l'associazione si rivolga direttamente non solo alle imprese rappresentate, ma anche ai loro soci e socie? L'azione implicherebbe una modifica del patto associativo, dunque di statuto e regolamenti, e non è priva di rischi: principalmente la confusione che si potrebbe generare sul soggetto responsabile del mandato di rappresentanza e promozione, conseguentemente del compito di operare in funzione della costruzione di risposte alle richieste emerse; con conseguente creazione di aspettative tra soci e socie a cui non è immediatamente disponibile una risposta. Un rischio che sarebbe "remunerato" dal vantaggio nello sviluppo delle singole cooperative nell'aver soci con meno necessità materiali e maggiore engagement cooperativo, oltretutto dallo sviluppo di nuova imprenditorialità cooperativa.

Convenendo sulla necessità comprensione del cambiamento dei bisogni delle basi sociali, si valuta positivamente che l'associazione potenzi l'attività di conoscenza dei bisogni sociali a partire dalle informazioni a disposizione e di contesto e si rivolga a soci-e per la promozione di azioni sperimentali concordate con le cooperative.

Ulteriore attenzione verrà data allo studio di esperienze estere.

Terminata la fase di studio e sperimentazione sarà possibile valutare nuovamente se, e con quali garanzie, intraprendere l'azione di modifica dello statuto in termini coerenti e la definizione, eventuale, di azioni conseguenti.

Intergenerazionalità

Per dare attuazione alle raccomandazioni espresse nel capitolo precedente, in collaborazione con Generazioni Legacoop Bologna e le associate, intendiamo avviare un percorso di ricerca-azione che miri a identificare e diffondere la conoscenza sui bisogni delle persone under 40 (sia orientate a lavorare/diventare socie sia già lavoratrici/socie nella cooperazione) e ad analizzare quali processi di cambiamento organizzativo risultino più vantaggiosi per imprese e lavoratrici/cooperatrici, avviando delle sperimentazioni e diffondendo i risultati.

Comunicazione

In stretto raccordo con il nuovo piano della comunicazione nazionale, intendiamo impostare azioni specifiche, coerenti con il programma di lavoro e con progetti concreti nella sfera delle aree di interesse personale dei soci-e, affiancando azioni comunicative tese al community building, in modo da recepire e implementare la traiettoria nazionale con sperimentazioni che speriamo possano dare risposte utili a tutto il movimento.



Attuazione e monitoraggio

Le traiettorie e gli impegni presi nei confronti dell'organizzazione di Legacoop, delle associate e della comunità nel presente documento saranno soggette al monitoraggio degli organi dell'associazione, di modifica ed implementate tenendo conto degli sviluppi futuri della Conferenza programmatica e di organizzazione, per garantire l'efficacia e la coerenza dell'organizzazione nel perseguire i propri obiettivi di rilancio. Nessuna di esse potrà essere perseguita senza il coinvolgimento e la partecipazione attiva delle associate. Particolare attenzione, attraverso le cooperative, dovrà essere posta ai cambiamenti che interverranno di tempo in tempo nell'interesse, nella percezione di senso e di utilità fra le socie ed i soci e le cittadine ed i cittadini relativamente all'azione cooperativa.

