

## L'analisi

IL LOCKDOWN  
HA CHIUSO IL TEMPO  
DELL'INNOVAZIONE  
COME OPTIONAL

di FABIO FRATICELLI\*

Nella generale perdita di certezze degli ultimi mesi c'è un fatto che pare ormai incontrovertibile: il tema del digitale è definitivamente entrato nel Terzo Settore. Solo nel programma TechSoup, la domanda di suite per la collaborazione in cloud e la video conferenza ha segnato a marzo e aprile 2020 un secco +206 per cento rispetto allo stesso periodo del 2019. Una cosa mai vista. Dopo anni passati a «predicare» la rilevanza di avviare percorsi di trasformazione digitale consapevoli, il più delle volte sortendo timide o diffidenti reazioni, si è assistito a un vero e proprio assalto da chi cercava assistenza nell'adozione di soluzioni digitali. Dopo anni passati a boicottare gli investimenti in tecnologia - «ci piacerebbe», «ne comprendiamo l'importanza» ma «ci sono altre priorità» e «le risorse finanziarie non lo consentono», da Bolzano a Catania, a macchia di leopardo - il Terzo Settore ha preso atto che siamo di fronte ad un bivio e che è arrivato il momento di fare scelte importanti sul ruolo che si intende dare alla tecnologia nello sviluppo dell'organizzazione. A colpire è soprattutto l'approccio con cui la domanda di innovazione oggi ci viene posta. Dopo un avvio segnato da doverismo - «la pandemia lo impone, occorre adeguarsi» - o isomorfismo - «lo fanno gli altri, quindi mi adeguo» - nelle ultime settimane è emersa una domanda più consapevole. Per alcune organizzazioni la «questione tecnologica» non si pone più esclusivamente in termini di reazione contingente alle eccezionali istanze ambientali, o di timido tentativo di incrementare l'efficienza gestionale, magari automatizzando porzioni del processo, ma è diventata un punto dirimente, strategico, che c'entra con la necessità di modificare alla radice il proprio modello di sostenibilità e impatto. Non sappiamo se nei prossimi mesi si imporrà un «new normal» fatto di smart working, teleassistenza e consegne a domicilio. Possiamo però prendere spunto dai casi che affiorano dalla cronaca, come la ferramenta pugliese che ha iniziato a introdurre nuove tecnologie (realtà aumentata, in primis) per migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti, per poi diventare una software house. Di storie così nel Terzo Settore ancora se ne vedono ben poche, ma ora c'è una maggiore disponibilità a sperimentare. Non c'è nessun trucco e non c'è alcuna ricetta segreta. Occorre rimboccarsi le

La quarantena ha portato il nodo al pettine: sul digitale troppi enti ancora indietro  
Una sfida per 350mila organizzazioni, non solo per i fondi ma per i servizi stessi  
I casi virtuosi di Fondazione Ant e Cgm, realtà virtuali e piattaforme di welfare  
Claudia Fiaschi: «Oggi chi non ha accesso alle tecnologie è sempre più povero»

di PAOLO RIVA

**P**iù digitale. Durante la pandemia l'uso degli strumenti digitali da parte di individui e organizzazioni è nettamente cresciuto. Anche in un Paese come l'Italia, che secondo i dati Ue è agli ultimi posti in Europa per digitalizzazione. E anche in un ambito come il Terzo settore i cui enti, salvo alcune eccezioni, non sfruttano ancora a pieno le nuove tecnologie.

Mario Calderini è direttore del centro Tiresia che, al Politecnico di Milano, studia l'innovazione sociale. A suo parere, «il Terzo settore ha ritardato troppo il momento in cui affrontare il tema del digitale. Il Coronavirus l'ha confermato». Molte organizzazioni si sono dovute adeguare in fretta, implementando gli strumenti per il lavoro da remoto, spostando gli eventi dal vivo su internet e puntando molto più del solito sulle donazioni online che, nel 2018, erano il

canale all'intelligenza artificiale applicata alle terapie per i bambini con autismo; dalla stampa 3D di vere e proprie case per famiglie in difficoltà alle hackaton (gare di innovazione) per l'inclusione dei migranti fino all'uso delle tecnologie blockchain per migliorare la trasparenza della raccolta fondi.

## Grandi dimensioni

Nascendo già digital, le realtà più giovani - che sono spesso start-up a vocazione sociale - sono solitamente le più dinamiche e innovative. Ma la sfida della digitalizzazione riguarda tutte le oltre 350mila istituzioni non profit italiane. A maggior ragione quelle di grandi dimensioni, come Fondazione Ant, che offre assistenza domiciliare gratuita a 10mila malati in tutta Italia. La Fondazione, che da oltre un decennio usa

# Terzo settore Clic o mai più

27 per cento del totale. Occuparsi di digitale e Terzo settore, però, non significa solo parlare di comunicazione e fundraising. La questione è ben più ampia e almeno in parte inesplorata, al punto che non esistono dati nazionali esaustivi.

Nel 2018 Italia Non Profit, dopo aver interpellato 176 operatori del settore, concludeva che la loro percezione generale era che le organizzazioni mancastero di «visione strategica sulle tematiche digitali». Il punto è cruciale perché, per scalare la piramide della trasformazione digitale, bisogna avere una strategia per salire un gradone alla volta. Prima si passa dall'analogico al digitale. Poi si migliorano i processi grazie a tecnologie e dati. Quindi inizia la vera e propria trasformazione digitale, un processo che cambia radicalmente le attività esistenti, ne fa nascere di nuove e le rende

la cartella clinica digitale, negli ultimi anni ha sperimentato la realtà virtuale e creato una piattaforma tecnologica per mettere in contatto malati e caregiver. Secondo la sua presidente Raffaella Pannuti «dal digitale non si può prescindere: bisogna investire».

È quello che ha fatto anche il consorzio Cgm, che conta 42mila lavoratori e ha sviluppato innovative piattaforme digitali per il welfare aziendale, pubblico e territoriale, molto cresciute anche durante il lockdown. Le possibilità sono numerose, ma esistono anche i rischi.

Per Claudia Fiaschi «chi non ha accesso alle tecnologie oggi è ancora più povero». La portavoce del Forum del Terzo settore per esempio ricorda che nel Comuni dove sono stati distribuiti i voucher di sostegno tramite smartphone le persone più bisognose hanno rischiato di ve-

**«La pandemia può causare una selezione naturale violenta nel mondo non profit non aggiornato, ma per chi sta al passo può aprire enormi possibilità»**

Mario Calderini

**«Il digitale può essere uno degli strumenti con cui rispondere ai bisogni crescenti delle comunità, a maggior ragione durante la crisi appena iniziata»**

Lorenzo Bandera

maniche e sostenere percorsi di trasformazione digitale di medio periodo attraverso adeguati investimenti, nuove posizioni organizzative e partnership strategiche. Per questo anche tra i fornitori di tecnologia servono attori competenti che buttino il cuore oltre l'ostacolo, rinunciando fin da subito a concepire il Terzo Settore come un nuovo mercato per l'Ict (Information and communication technology) ma ponendosi con un genuino desiderio di accompagnare la crescita delle organizzazioni, ovvero guardando al contributo del digitale in termini di impatto sociale. Questa è la nostra opportunità di dimostrare al mondo che si può impiegare la tecnologia bene e per fare il bene. Se non lo facciamo rischiamo che la trasformazione digitale da incredibile opportunità diventi la pietra tombale di tanta parte del Terzo Settore italiano.

\*Direttore operativo TechSoup  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

scalabili. «Il digitale consente di esplorare opportunità nuove e su scale di dimensioni prima impensabili», spiega Calderini. Il discorso vale in tutti i settori economici, non profit compreso. «La tecnologia ormai ha costi accessibili. I sensori oggi si pagano pochi centesimi: in campi come la cura e l'assistenza degli anziani possono essere usati per aumentare notevolmente il numero delle persone aiutate».

### Strumenti e competenze

Lorenzo Bandera, ricercatore del laboratorio Percorsi di secondo welfare, concorda. «Il digitale può essere uno degli strumenti con cui rispondere ai bisogni crescenti delle comunità, a maggior ragione durante la crisi appena iniziata. La vera questione è capire se e come le organizzazioni che operano per i più fragili saranno grado di usare tali competenze in questa nuova situazione». Gli ambiti di intervento possono essere i più disparati. Si va dall'algoritmo di un sito che aiuta le persone con disabilità per le va-

nire escluse. E un aspetto da tenere sempre presente.

Come vanno tenute presenti, a mo' di monito, anche le conseguenze sociali negative delle grandi piattaforme digitali delle consegne a domicilio, dei trasporti o degli affitti brevi. Calderini le conosce bene. Nonostante ciò il suo pensiero è realista, ma anche ottimista: «Da un lato la pandemia potrebbe causare una selezione naturale violenta tra le organizzazioni non profit, soprattutto tra quelle poco digitalizzate. Dall'altro potrebbe aprire opportunità enormi». Il professore si riferisce al turismo di prossimità, a una distribuzione del cibo alternativa ai supermercati e, soprattutto, alle nuove modalità di cura e assistenza, tutte da immaginare dopo quel che è successo nelle residenze per anziani durante il Covid-19. «In tutti questi ambiti - conclude Calderini - il profit non può fare a meno del non profit che, a sua volta, non può fare a meno del digitale. Digitalizzazione e trasformazione digitale diventeranno strumenti di sopravvivenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

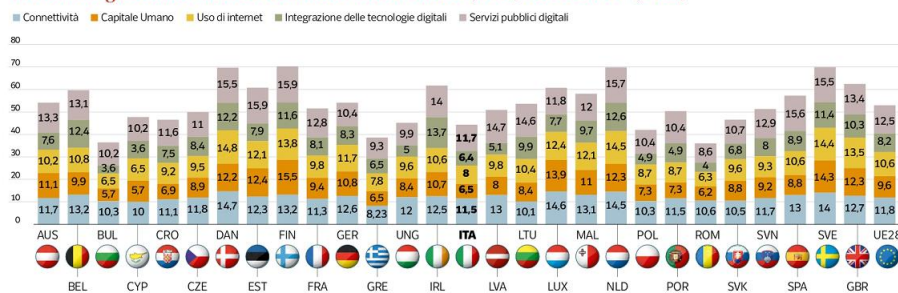


Percorsi di Secondo welfare è un laboratorio di ricerca nato nell'aprile 2011 su iniziativa del Centro di Ricerca Luigi Einaudi di Torino in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano e il Corriere della Sera. Il progetto si propone di **ampliare e diffondere** il dibattito sul Secondo

welfare in Italia studiando e raccontando dinamiche ed esperienze capaci di coniugare il ridimensionamento della spesa pubblica con la tutela dei **nuovi rischi sociali**, in particolare attraverso il coinvolgimento crescente di attori privati e del Terzo settore.

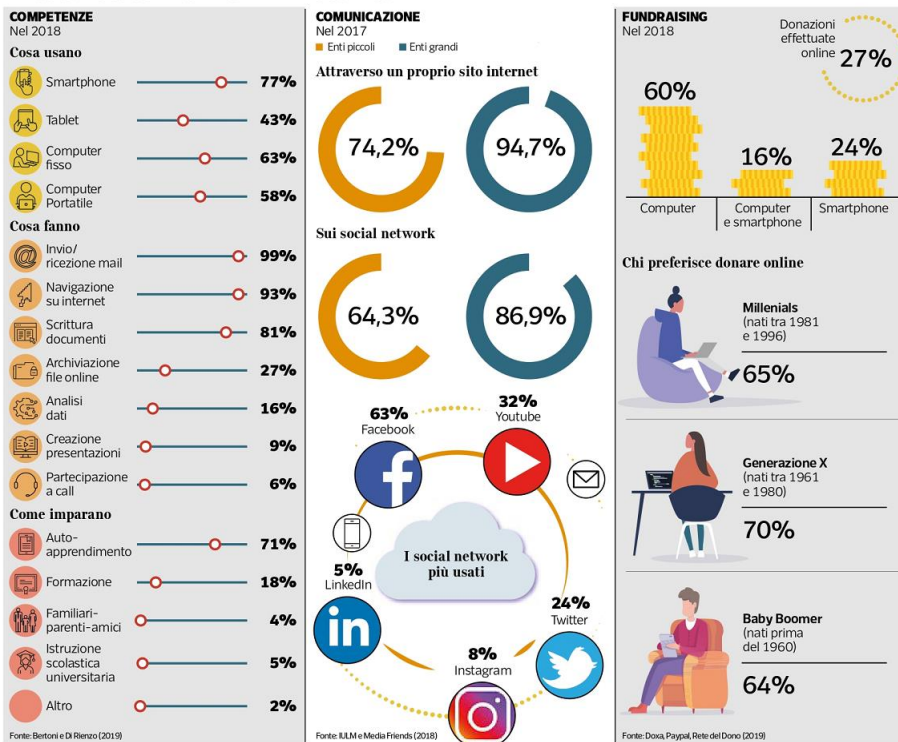
## La situazione in Europa

Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (Desi) dei Paesi Ue (2019)



Fonte: Commissione Ue (2019)

## La situazione in Italia



A CURA DI Percorsi di Secondo welfare

Infografica: Roberta Moro (L'Ego-Hub)