



Prof. Mario Mazzoleni

Direttore Scuola di Alta Formazione dell'Università
degli studi di Brescia

“La cooperazione nel futuro: valori, strategie, mercato”

Lunedì 12 Novembre 2019
Palazzo Dossetti - Unimore



Reggio Emilia 12 Novembre 2019

“La cooperazione nel futuro: valori, strategie, mercato”

La potenzialità innovativa del progetto cooperativo: il futuro è partecipativo»

L'evoluzione del sistema cooperativo da modello difensivo a opportunità per dare un futuro al sistema di economia sociale

L'eccellenza cooperativa: una fonte strategica

Prof. Mario Mazzoleni Direttore della Scuola di Alta formazione dell'università degli studi di Brescia



Qualche aforisma

«La sicurezza, come l'arte, non deriva dal possedere tutte le risposte; nasce dall'essere aperto a tutte le domande»

(E.G.Stevens)

«Gli esperti non fanno molti errori ma ci vogliono molti errori per diventare esperti»

(proverbio americano)

«L'economia del secolo scorso era basata su materie prima, macchinari, lavoro manuale. Quella di oggi è fondata sulla conoscenza e le idee, che sono risorse rinnovabili e accessibili a tutti»

The Economy is to serve the people and not the people to serve the Economy



Manfred Max Neef₁₅

Ma attenzione.....

In pochi decenni ci siamo allontanati dai pilastri della nostra cultura.....

Questo vale per l'essere umano e quindi per ciò che fa.....

Questo vale per l'economia in generale, per la politica, per le imprese e naturalmente ha avuto ricadute anche con riferimento al mondo coop.

- da uomo sociale vs egoismo
- da collaborazione vs individualismo
- da solidarietà vs prima....(gli americani, gli italiani, la mia famiglia, IO!!)
- da fare sistema a ritorno all'idea di predominio

Questo riflusso culturale ha invaso la nostra società e il nostro agire e così.....

Oggi sappiamo che per fare impresa il modello cooperativo è il più moderno

Ma

- *Spesso i cooperatori non lo sanno*
- *Spesso dimenticano la loro storia*
- *Spesso si comportano come gli altri (andando in conflitto con i propri valori)*
- *Spesso perdono di vista il significato ultimo di 160 anni di storia nell'essere impresa*
- *Spesso non vedono gli effetti che in tutto il mondo il fare impresa cooperativa ha generato*
- *Spesso i propri leader cascano nella trappola dell'emulazione degli altri*

Invece

Bisogna con forza andare alle ragioni della «novità» che la differenza cooperativa rappresenta per il futuro della società e dell'economia

Bisogna riconoscere i punti di forza del modello

Bisogna valorizzare l'esperienza cooperativa

Bisogna non avere paura di essere cooperatori e investire in leader cooperatori **VERI**

Bisogna farsi carico di una fondamentale responsabilità: DIFFONDERE IL MODELLO E SOSTENERE LA VIA DELLA COLLABORAZIONE TRA SISTEMI

E' LA SFIDA DELLA COOPERAZIONE

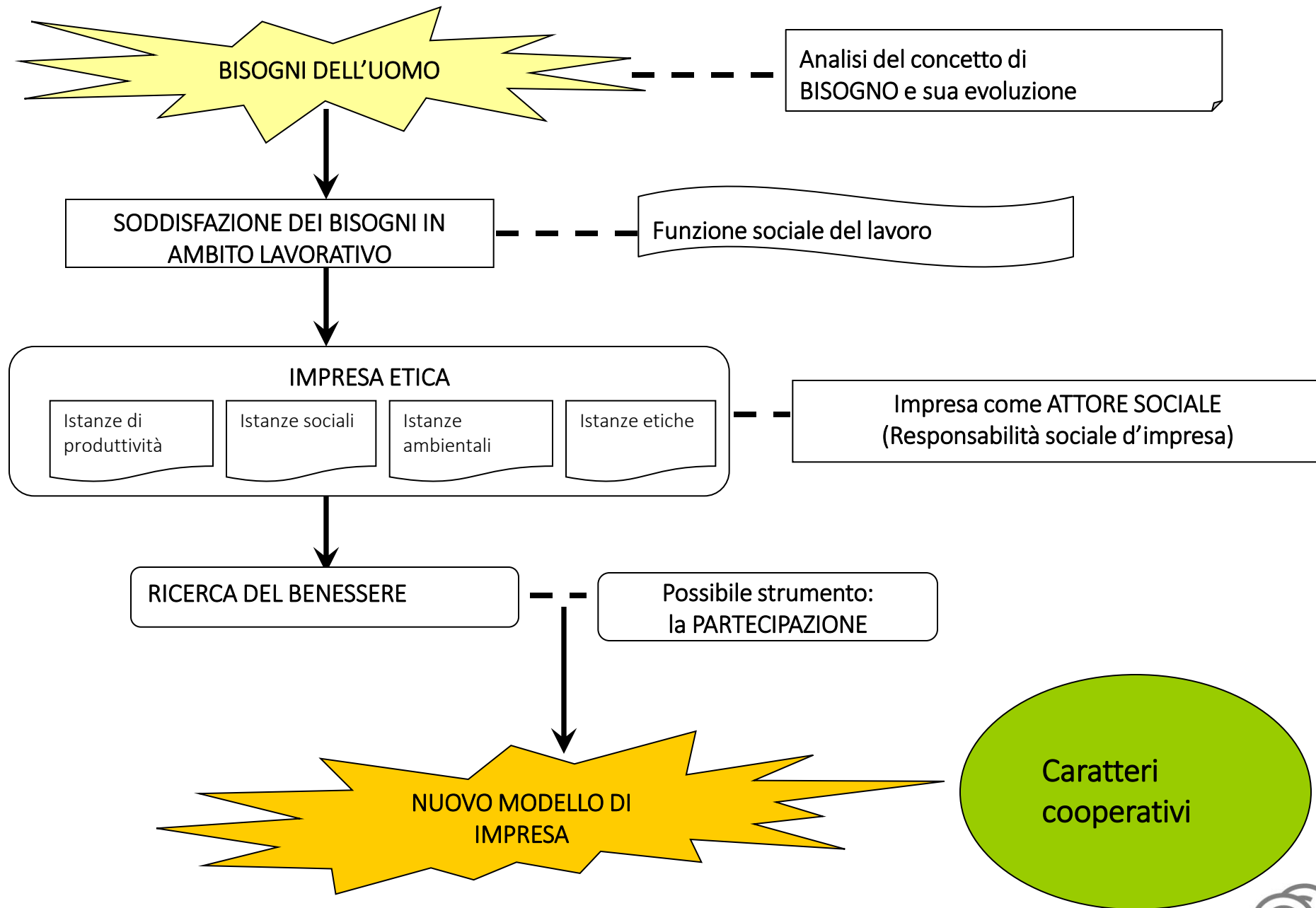


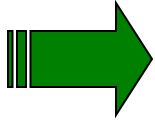
2. CRISI – OPPORTUNITA’

OPPORTUNITA’



PERICOLO





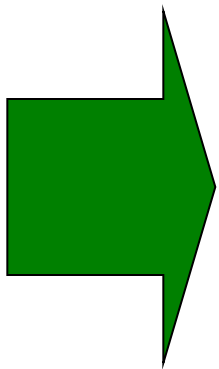
L'IMPRESA come PETER PAN



Necessità di una “nuova impresa”
che sappia di perseguire simultaneamente
obiettivi economici e fini di ordine sociale.

Peter Pan & la propria ombra

L'impresa & la propria identità



due imprese:

Capitan Uncino, finalizzata al perseguimento di valori strettamente economici;

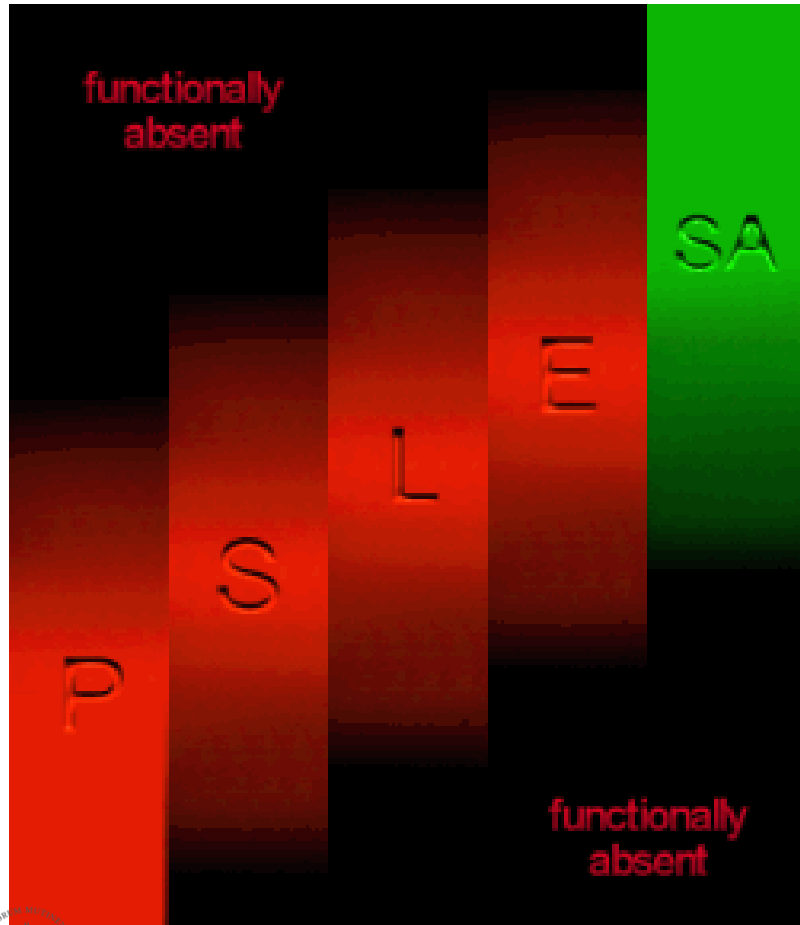
l'altra, capace di contemperare richieste diverse, di essere “azienda sostenibile”, etica e sociale, l'ombra della presente... **“l'impresa che non c'è”**.



l'unica strada perseguibile per rispondere efficacemente alle attuali istanze poste dal mercato per poter sostenere una competitività sempre crescente

un'importante occasione per porre i pilastri di una società migliore dominata dalla ricerca di un benessere vero e per tutti.

LA PIRAMIDE DEI BISOGNI DI MASLOW



P = Fisiologici

S = Sicurezza

L = Amore

E = Stima

SA = Autorealizzazione



bisogni di carenza



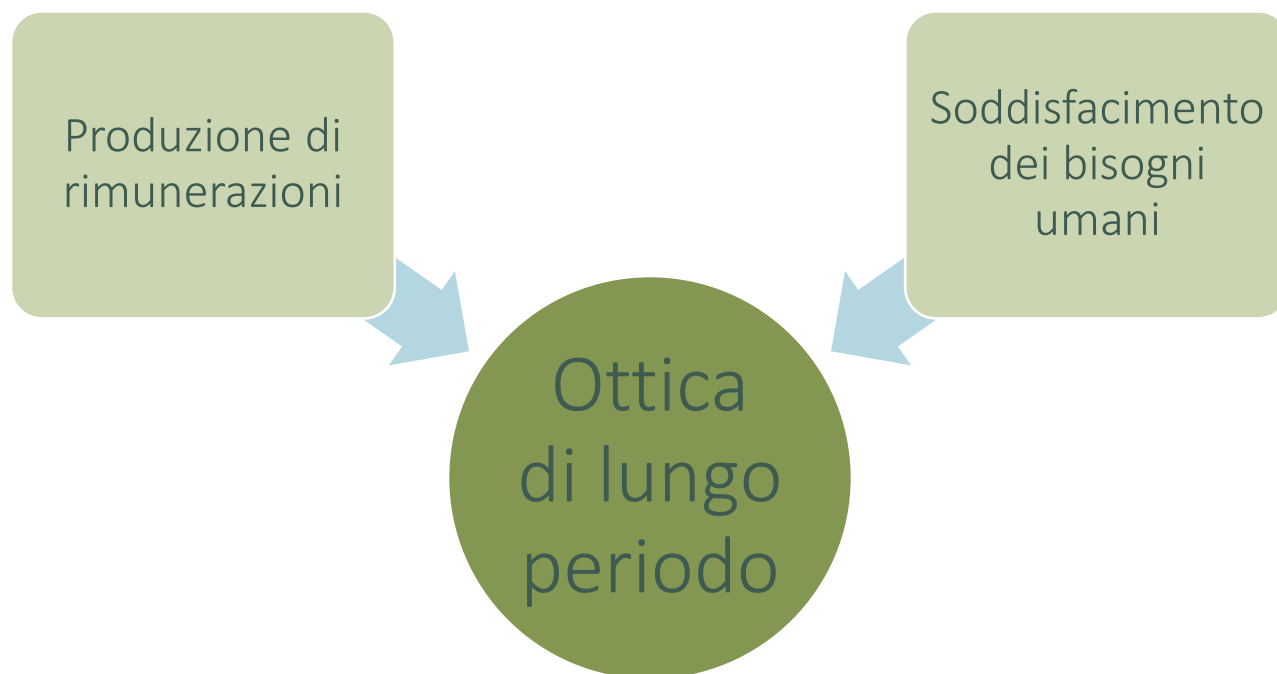
bisogni di crescita

*“L’individuo deve essere tutto
ciò che può essere”*

Abraham Maslow



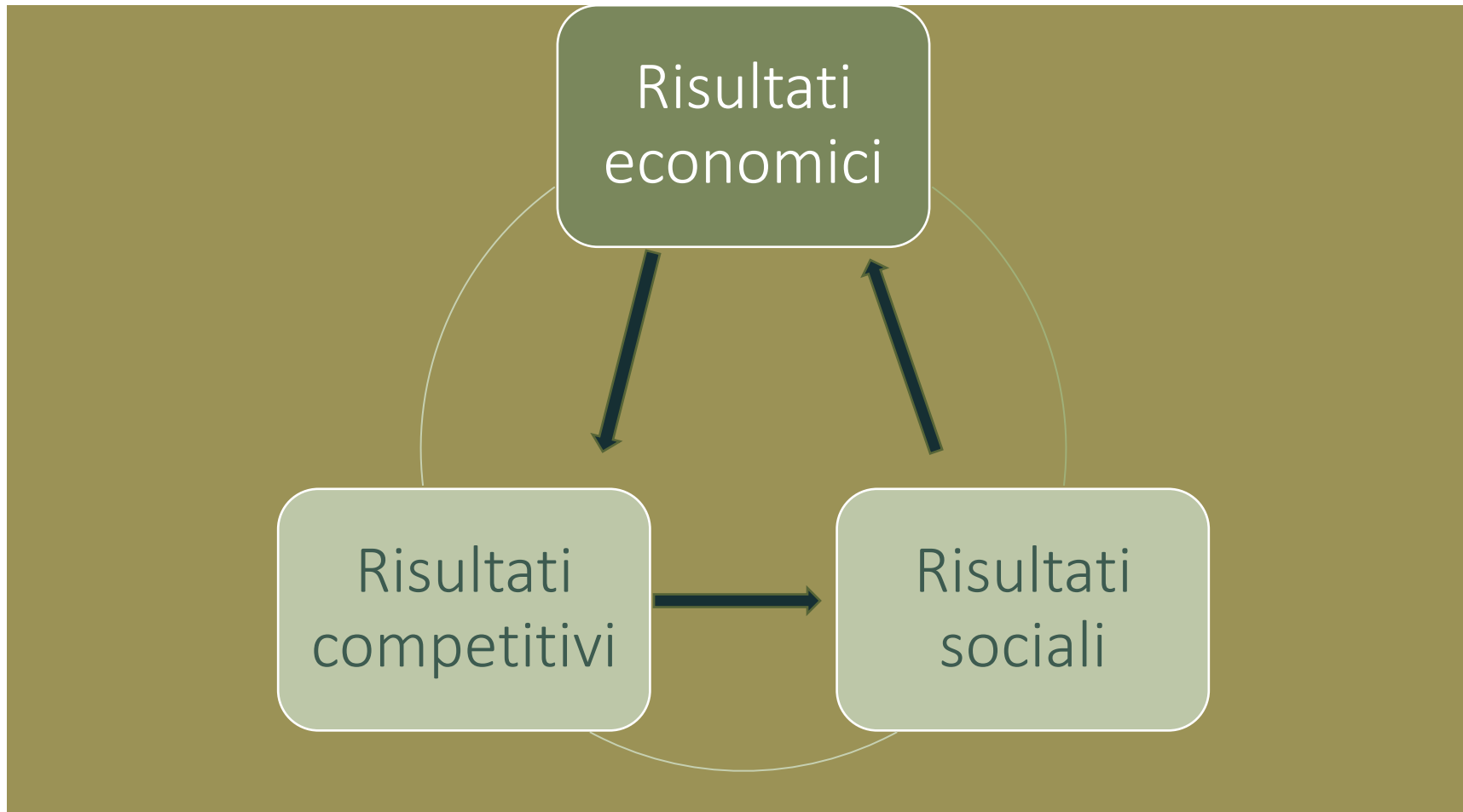
L'impresa



La concezione circolare del finalismo d'impresa



La concezione fisiologica del finalismo d'impresa



Impresa come attore sociale

impresa socialmente responsabile

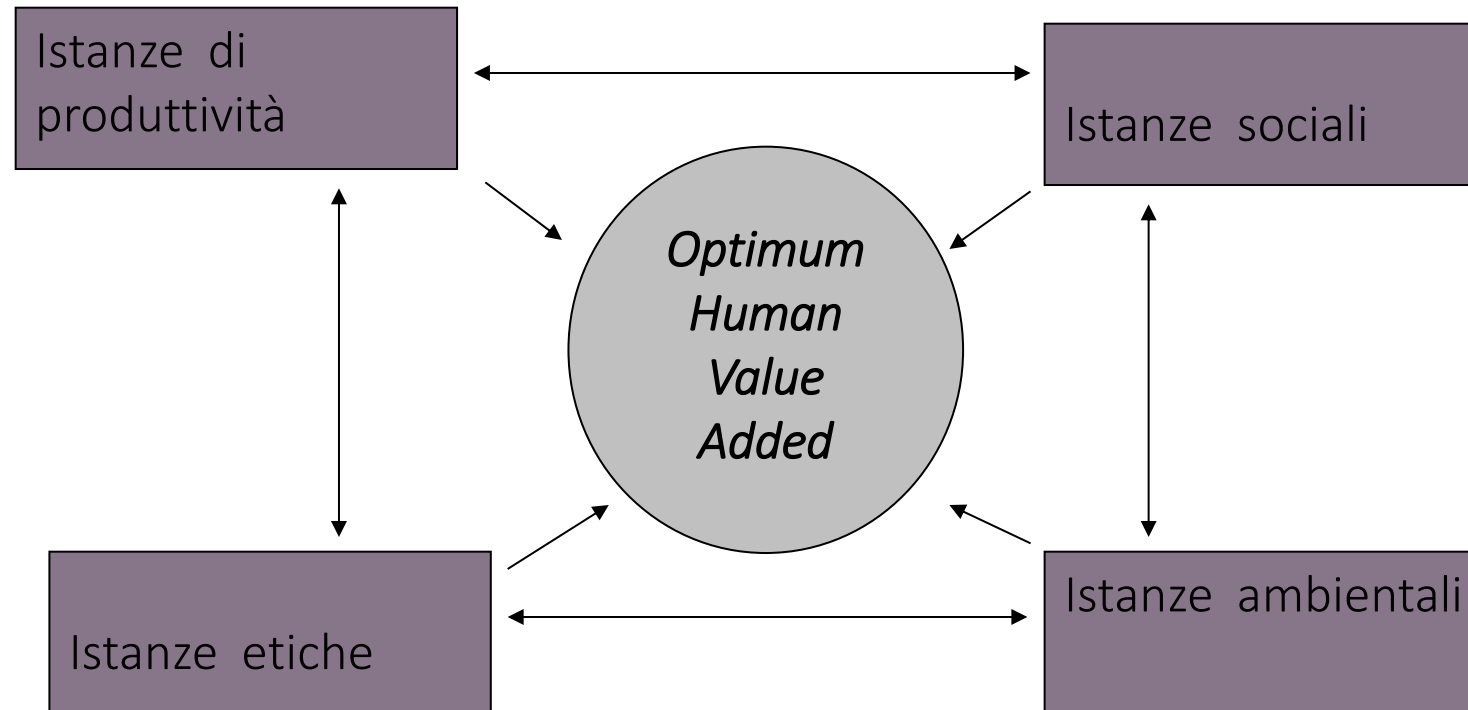
quella che restituisce alla comunità parte dei benefici che ottiene dall'essere membro di quella comunità.



Azioni (esempi):

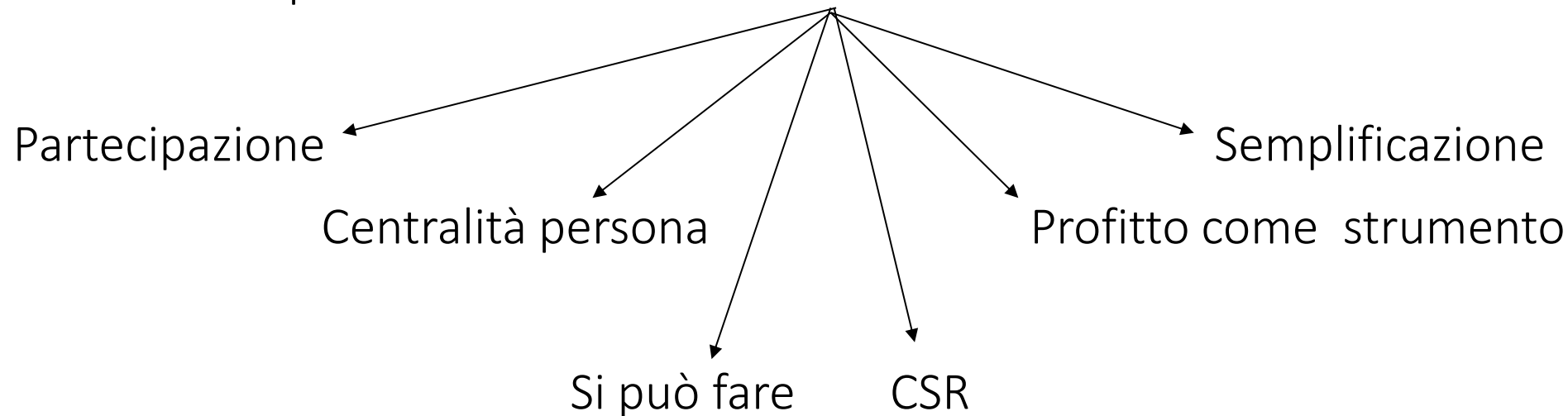
- promuovere l'integrazione sul mercato del lavoro (ex.garantire pari opportunità in materia di assunzione e di compiti assegnati);
- promuovere la creazione di nuove professionalità e attività imprenditoriali;
- contribuire all'integrazione sociale in aree particolarmente povere e di gruppi particolarmente marginalizzati;
- Attenzione alle politiche ambientali;
- implementare politiche di gestione del personale orientate alla riduzione dei fattori di stress interni ed esterni.

Le richieste all'impresa



La cooperazione: ovvero le opportunità trascurate

La peculiarità valoriali della cooperazione oggi vengono usate dalle imprese come base indotta per ottenere risultati validi



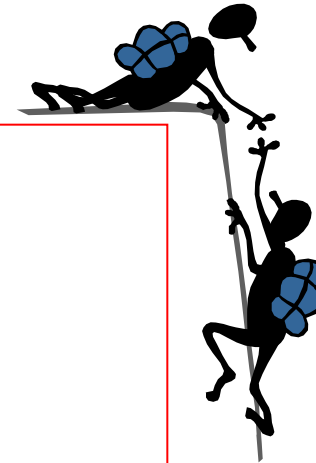
RICOSTRUIRE IL SISTEMA PER AFFRONTARE I CAMBIAMENTI



I principi dell'ACI

(Alleanza Cooperativa Internazionale)

- principio della porta aperta
- 1 testa, 1 voto
- interesse limitato sul capitale
- distribuzione dei residui
- educazione cooperativa
- collaborazione tra cooperative
- interesse verso la comunità



universali



adattabili



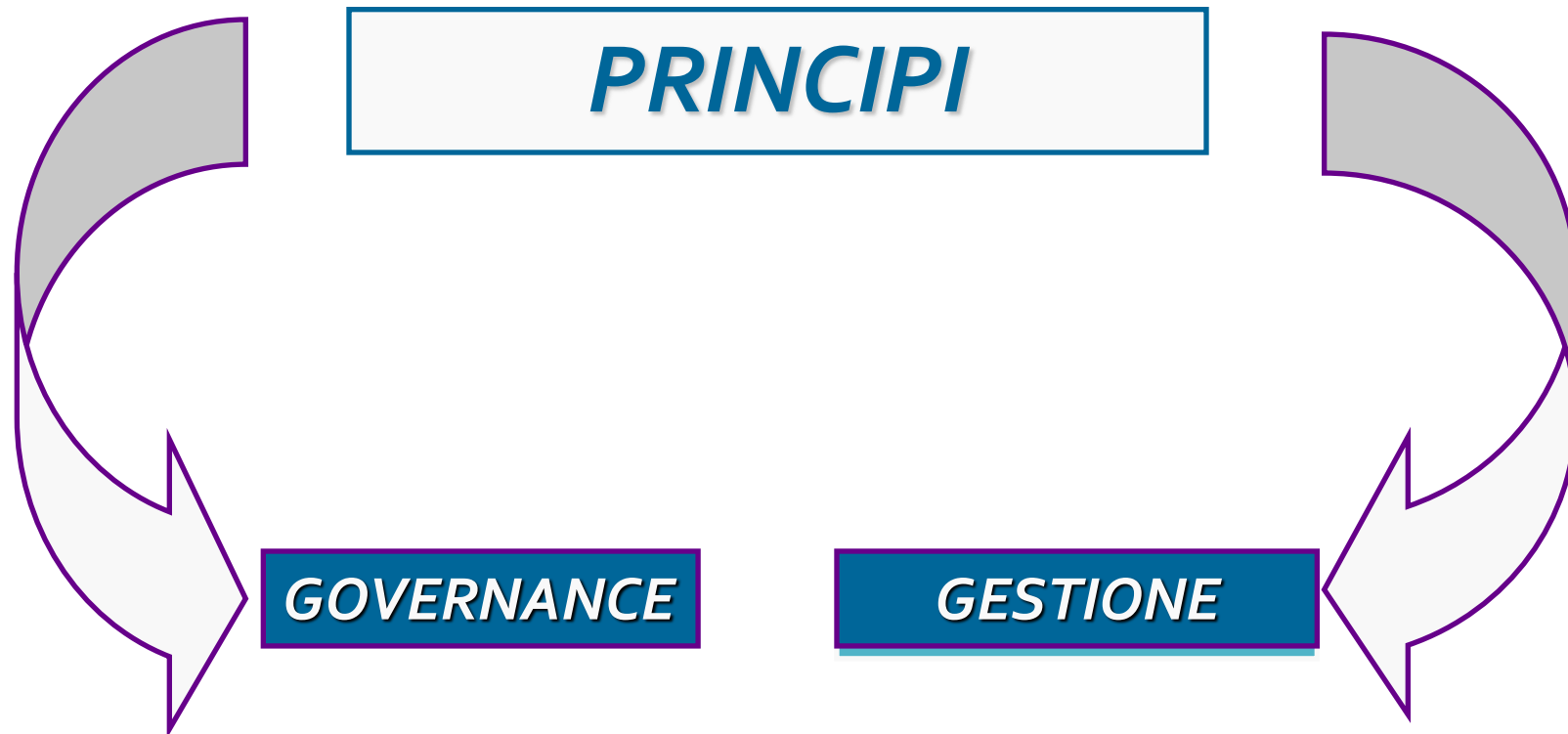
UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Reggio Emilia 12 Novembre 2019

PROF. MARIO MAZZOLENI DIRETTORE SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE E MANAGEMENT
DELL'UNIVERSITÀ DI BRESCIA MARIO.MAZZOLENI@GMAIL.COM WWW.MMSOLUTIONS.EU



Le basi strategiche della cooperazione: I PRINCIPI



I PRINCIPI

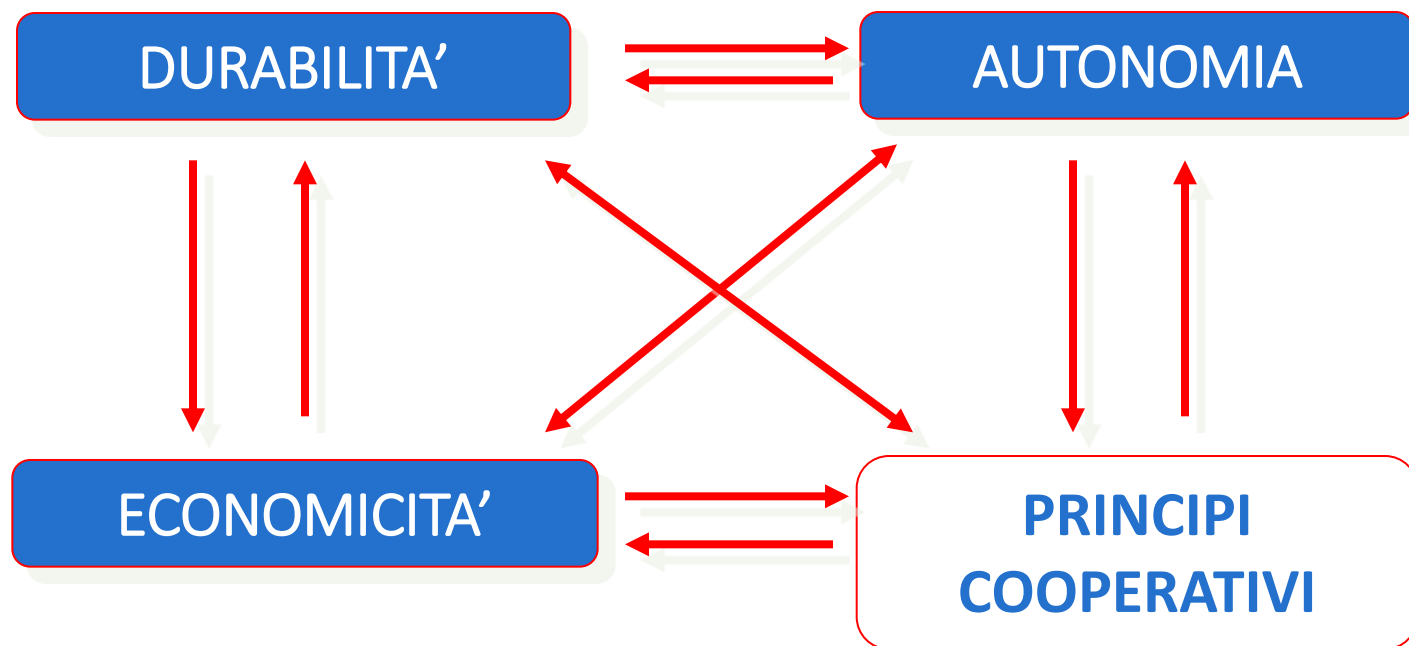
elemento distintivo se

*Richiamo di natura
ideologica e
valoriale.*

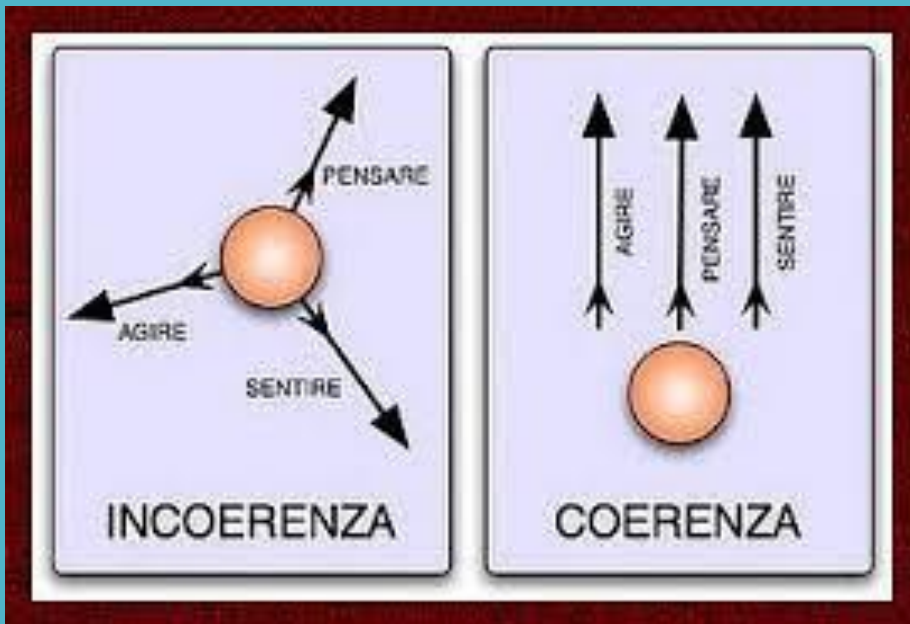
*Approccio
strategico/
gestionale.*

*Approccio al
mercato.*

Le regole di funzionamento cooperativo



I principi come opportunità quindi la parola chiave è: coerenza



**CERCASI
COERENZA
TRA PAROLE
E FATTI**



COERENZA

VALORI
ASSUNTI
DALL'ORGANIZZAZIONE

AUTO-RESPONSABILITÀ

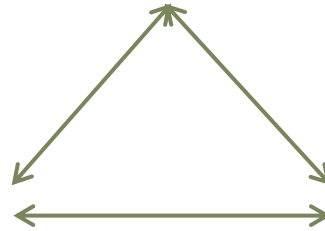
DEMOCRAZIA

AUTOSUFFICIENZA

EGUAGLIANZA

EQUITÀ

SOLIDARIETÀ'



PRASSI

USI

COSTUMI

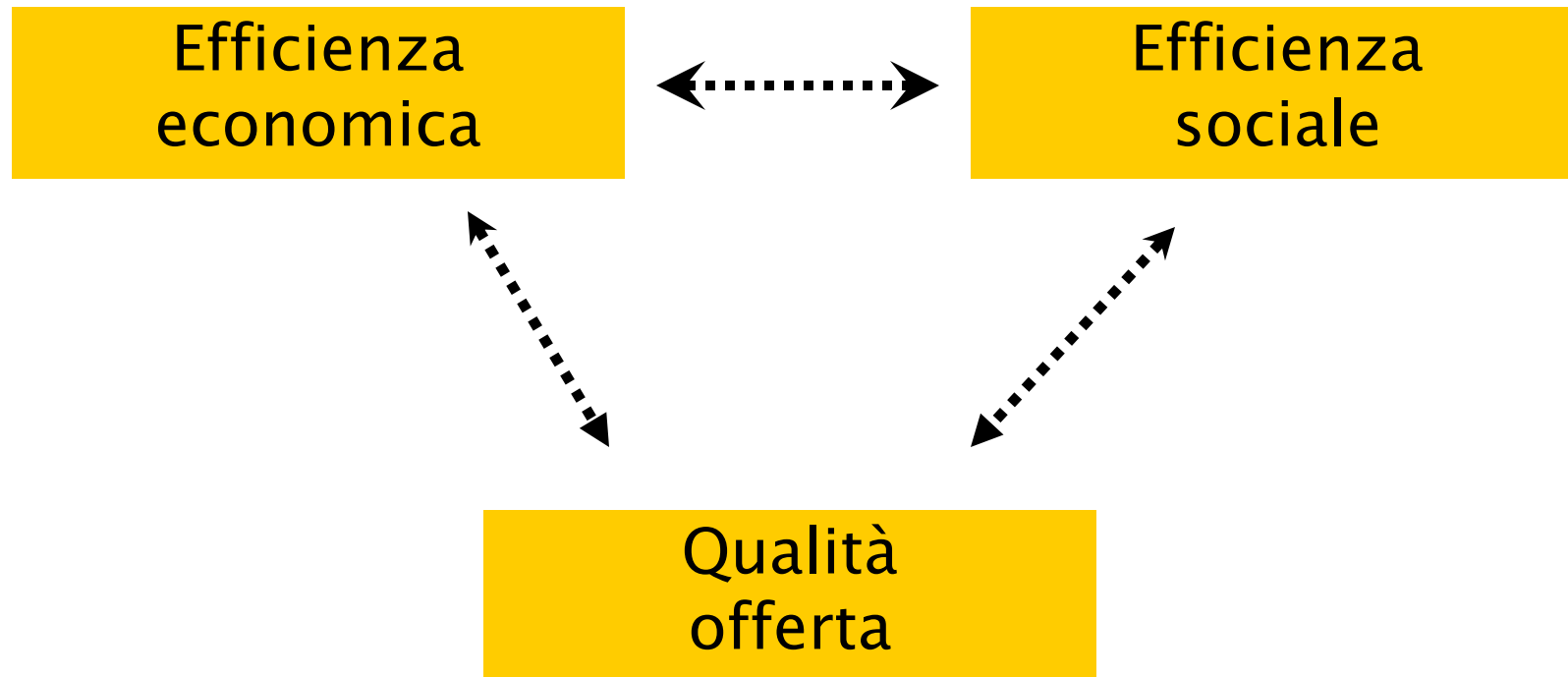
COMPORTAMENTI

ABITUDINI

SIMBOLI

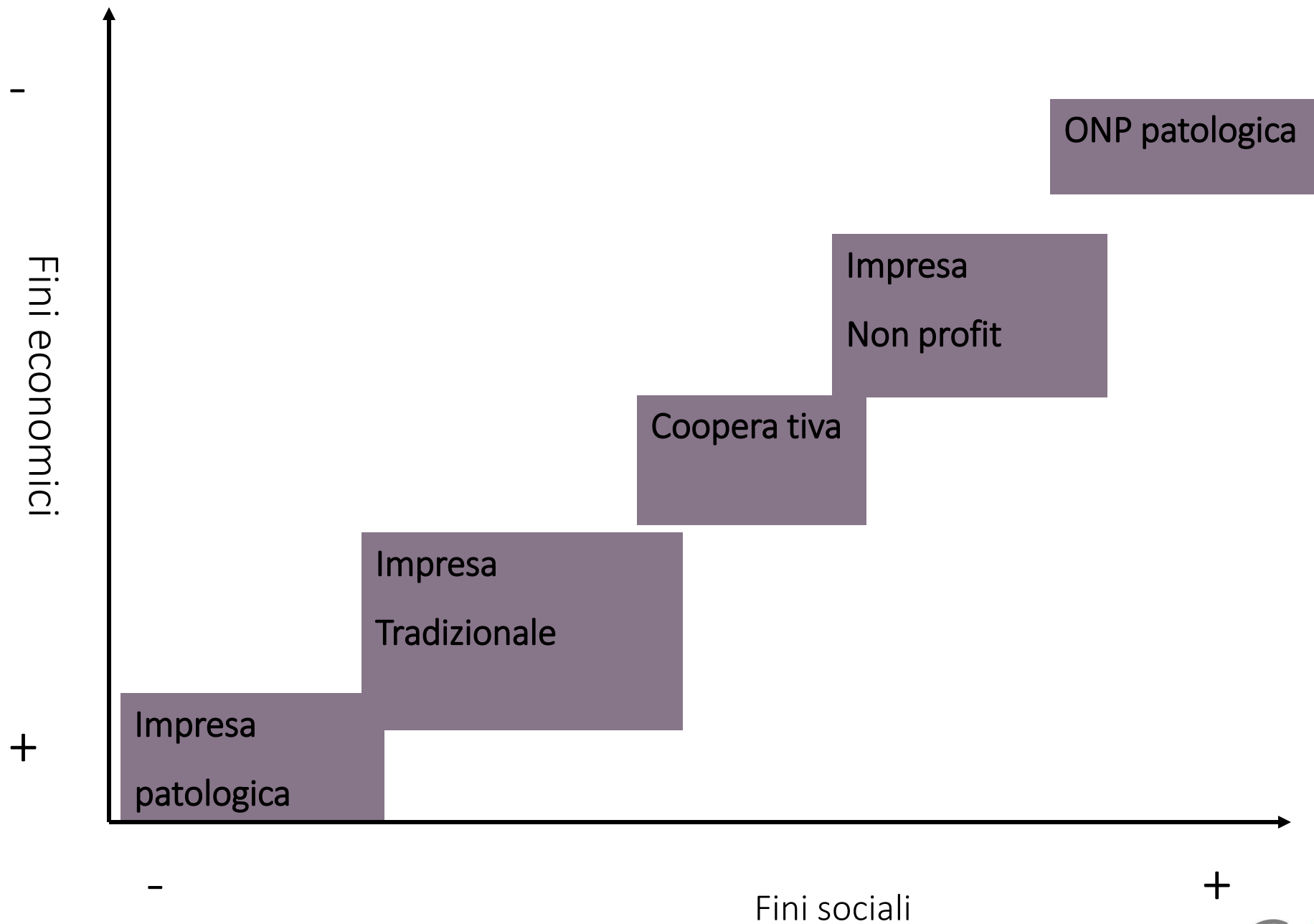


Circolo virtuoso dell'azienda partecipativa-etica



La risposta partecipativa

- condizione per l'efficacia e la qualità di un'organizzazione
- rivalutazione dell'importanza delle HR: da costo a risorsa
- ampliamento modello classico dei fattori della produzione: cultura, informazione, creatività, spirito di iniziativa, capacità di rapporti interpersonali
- risposta al problema della sperequazione insita nel sistema capitalistico classico
- si accorcia la distanza tra management e dipendenti
- esaltazione della possibilità di essere protagonista insieme agli altri, un tutt'uno in cui ognuno è qualcuno.



Dimensione economica dell'eccellenza

Performance economico-finanziaria

- Analisi congiunta degli indici di redditività, solidità, liquidità e sviluppo

Performance competitiva

- E' definita dal confronto tra la cooperativa ed i suoi competitor (cooperativi e non) e dell'analisi del posizionamento nel mercato di riferimento

Dimensione sociale dell'eccellenza

Mutualità

- Condizioni economiche e non offerte ai soci

Solidarietà

- Interventi ed iniziative indirizzate alla comunità locale ed all'ambiente di riferimento;
- Interventi alla comunità in generale (senza un preciso legame territoriale).

Partecipazione

- Dei soci alla vita cooperativa;
- Dei soci e/o dei lavoratori alle politiche strategiche, alle scelte operative ed ai risultati.



“uno per tutti, tutti per uno”

1206-211-211
1000
一人一人は
一人一人は
一人一人は
一人一人は



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

PROF. MARIO MAZZOLENI DIRETTORE SCUOLA DI ALTA FORMAZIONE E MANAGEMENT DELL'UNIVERSITÀ DI BRESCIA MARIO.MAZZOLENI@GMAIL.COM
WWW.MMSOLUTIONS.EU





RIPENSARE E INTERVENIRE



Cosa si fa per
essere coerenti?



Come lo si fa?



Educare al cambiamento

La spinta al cambiamento

NUOVE SFIDE PER IL NON FOR PROFIT



- Ridefinizione del modello di indirizzo strategico e gestionale con particolare riferimento alla ricerca di equilibrio tra le istanze solidaristico/sociali/mutualistiche e quelle di natura economica;
- Rilancio delle prospettive legate al territorio di riferimento;
- Visione strategica del rapporto tra pari (imprese non for profit operanti sul territorio) con l'avvio di collaborazioni e progetti comuni con altre realtà del non for profit disposte a condividere iniziative di sviluppo comune;

- Forte investimento sulle relazioni territoriali e rilancio immagine del non for profit come soggetto attivo e fondamentale sul fronte economico e sociale di territorio;
- Apertura di nuove iniziative di carattere “imprenditoriale” in grado di rafforzare sia la propria presenza sul **territorio**, sia la capacità di agire da **attore protagonista** di fronte all’emergere di nuovi bisogni/opportunità, sia di **rafforzare** le proprie **strutture economiche e patrimoniali**, sia, infine di **aprire relazioni** forti con realtà associative e imprenditoriali dell’area geografica di riferimento.

Investimenti necessari per avviare la nuova prospettiva

- Acquisizione o consolidamento delle competenze gestionali necessarie per sostenere l'impatto delle nuove sfide;
- Programmi di formazione mirati alla diffusione di competenze "manageriali" e alla conduzione equilibrata del rapporto tra istanze sociali ed economiche;

**Il cambiamento lo
fanno le persone e
la loro capacità di
coniugare
Intelligenza/Cuore
e... Pancia**

Grazie!

