

Progettare insieme l'innovazione sociale



LA MAGGIOR PARTE DELLE INNOVAZIONI SOCIALI SONO FRUTTO DI CONTAMINAZIONI CREATIVE

*“Un **risultato nuovo** ha valore, se ne ha, nel caso in cui stabilendo un **legame tra elementi** noti da tempo, ma fino ad allora sparsi e in apparenza estranei gli uni agli altri, mette ordine, immediatamente, là dove sembrava regnare il disordine [...] **Inventare consiste proprio nel non costruire le combinazioni inutili e nel costruire unicamente quelle utili** [...] Soltanto alcune di esse sono **armoniose – utili e belle insieme**”. (Henry Poincaré)*



Progettare insieme l'innovazione sociale

FARE RETE = CONDIVIDERE TRA SOGGETTI DIVERSI OBIETTIVI, TEMI, IDEE, RISORSE, SPAZI,



- ▶ L'idea è che **aggregando le competenze migliori** si possa rispondere più adeguatamente alla **complessità del bisogno sociale** e contemporaneo e che, di conseguenza, se ne tragga un **valore aggiunto in termini di efficacia e di qualità dell'intervento**.
- ▶ Inoltre la **maggior integrazione tra i diversi interventi** presenti su un territorio, **riduce la sovrapposizione e le ridondanze**, ottimizzando **al meglio le possibili connessioni**.
- ▶ Il passaggio verso la **co-progettazione** e la **cooperazione** per la realizzazione di progetti di intervento sociale hanno costituito ulteriori occasioni di sviluppo e la crescente **coincidenza tra chi progetta e chi attua l'intervento sociale**.

Comunità Intelligenti

Insiemi di persone con esigenze condivise in grado di creare opportunità dirette di partecipazione attiva con l'obiettivo di affrontare le principali tematiche del territorio per migliorarne la qualità della vita, rispondendo alle sfide sociali emergenti



Social Innovation

Nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che vanno incontro ai bisogni sociali e che allo stesso tempo creano nuove relazioni sociali e nuove collaborazioni. In altre parole, innovazioni che sono sia buone per la società sia che accrescono le possibilità di azione per la società stessa.



Governo con la Rete

Passaggio da un sistema tradizionale di fornitura di servizi, fondato sulla pubblica amministrazione e su gerarchie di tipo verticale, ad un sistema «orizzontale», che unisce intorno a sé una molteplicità di soggetti, provenienti dal mondo pubblico, privato e non profit.

VOCABOLARIO DELLA SOCIAL INNOVATION: GLI ATTORI

Api della Social Innovation

Le «api» rappresentano i veri e propri innovatori sociali, individui creativi, imprenditori e piccole organizzazioni **capaci di generare idee innovative ed in possesso delle energie per realizzarle**. Proprio come le api dinamiche, svelte e contaminatrici, tali individui sono **portatori di innovazioni su piccola scala**, che per essere diffuse e rese scalabili devono essere condivise e introdotte dalle grandi organizzazioni, i cosiddetti «Alberi della Social Innovation».



Alberi della Social Innovation

Insieme con le «api» sono gli attori dei cambiamenti sociali. La metafora si riferisce alle **grandi organizzazioni e alle istituzioni**, storicamente poco orientate all'innovazione e al cambiamento, ma che grazie alle loro caratteristiche («**radici**», **influenza**, **risorse e dimensioni**) permettono alle idee innovative solitamente generate dalle «api» di essere attuate in grande scala (**processo di scaling dell'innovazione**) e più diffuse.

VOCABOLARIO DELLA SOCIAL INNOVATION: I METODI

Cross-pollination

Letteralmente è un termine botanico che significa «impollinazione incrociata»; nel gergo della social innovation sta ad indicare la **condivisione e lo scambio di conoscenze, idee e strumenti tra soggetti, anche radicalmente diversi** volti a creare un **mutuo arricchimento, sinergie e generazione di idee creative ed innovative**.



Coopetition

Strategia che in alternativa alle classiche forme di collaborazione, sfrutta il potere della competizione per massimizzare la creazione di valore a favore di entrambi le organizzazioni concorrenti. Si basa sul principio che organizzazioni concorrenti possano **cooperare senza andare a discapito l'una dell'altra, ma sfruttando il vantaggio competitivo** del proprio concorrente per prosperare insieme. Generalmente la co-opetition viene applicata per **produrre qualcosa di innovativo** e perchè essa funzioni è necessario che entrambi i competitor condividano le informazioni e che **ciascuno sia portatore di un differente valore aggiunto**.



Co-Design

*Forma partecipativa per la progettazione e lo sviluppo di un prodotto, di un servizio o di un'organizzazione in cui vengono **coinvolti differenti soggetti con svariate competenze e «ruoli»** (dagli esperti tecnici agli utenti finali). Lo scopo del co-design è quello di **considerare già nella fase di progettazione il più ampio spettro possibile di bisogni e feedback da parte dei soggetti coinvolti**, in modo da creare una **soluzione il più possibile efficace e rispondente alle reali esigenze degli utenti**.*



VOCABOLARIO DELLA SOCIAL INNOVATION

Spirale della Social Innovation

1. Suggestimenti:

identificazione dei bisogni emergenti

2. Proposte:

nascita di nuove idee attraverso tecniche per stimolare la creatività

3. Prototipi:

traduzione dell'idea in un modello innovativo attraverso le tecniche di co-progettazione

4. Conferme:

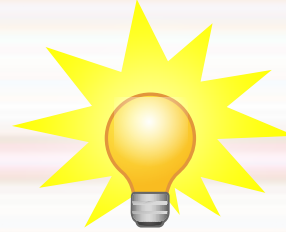
valutazione della fattibilità (sostenibilità tecnica ed economica) dell'idea attraverso un periodo di sperimentazione

5. Diffusione:

diffusione del modello, in seguito ad una positiva sperimentazione, per essere adottato anche in realtà o contesti simili e differenti

6. Cambio del sistema:

valutazione degli effetti benefici (outcome), anche rispetto a quelli previsti in fase di co-progettazione



SCelta DEI PARTNER "GIUSTI"

- adeguati ai fini/obiettivi,
- che aumentano valore
- in ragione degli obiettivi
- compatibilita' culturale



STRUMENTI DI FORMAZIONE E ATTIVAZIONE

- far leva su strutture esistenti
- definire cosa/chi integrare e come
- uscire dagli schemi/dalle appartenenze



CAPACITA' OPERATIVA

- risorse umane, competenze specialistiche, vitalita' finanziaria
- capacita' di assumere rischi, vicinanza all'utente

VANTAGGI

- superiore alla somma dei singoli partecipanti
- migliorare efficacia ed efficienza interventi
 - innovare servizi, governance, prestazioni
- produrre il massimo di valore pubblico/bene comune
 - creare nuove idee
- favorire cooperazione fra soggetti diversi
 - condividere info, competenze, spazi
 - coordinare azioni
 - velocità, flessibilità
 - amplia campo di azione
- varietà di soggetti e organizzazioni



PROCESSO DINAMICO



- ▶ flessibilita' e inclusione
- ▶ aggiungere partner e/o attivita'
- ▶ estendere/limitare campo d'azione
 - ▶ incorporare elementi mancanti
- ▶ gestire insieme imprevisti, successi, insuccessi



LEGAMI



- ❑ creare rapporti di fiducia, relazioni
 - ❑ integrare, coordinare
- ❑ canali di comunicazione stabili e affidabili, connessioni (digitali)
 - ❑ coabitazione/condivisione
 - ❑ trasparenza
 - ❑ visione condivisa del target
 - ❑ condividere le conoscenze
 - ❑ comunita' di pratiche
- ❑ valorizzazione/integrazione delle differenze culturali
 - ❑ condivisione del processo decisionale
 - ❑ armonizzare i valori e i linguaggi

RESPONSABILITA'/CONTROLLO

- ★ stabilire obiettivi condivisi e chiari a tutta la rete
- ★ strutturare gli incentivi e collegarli ai risultati
- ★ condividere risorse/rischi
- ★ cercare ragionevoli garanzie
- ★ responsabilita' e rendicontazione sociale



SFIDE

- ✗ discordanza, competizione, supervisione contorta
- ✗ 'coordinamento' frammentato e discontinuo
- ✗ tensioni fra competizione e collaborazione

