

Indice

Prefazione. Il ritorno al futuro dell'impresa di luogo <i>di Stefano Micelli</i>	IX
Introduzione. La dimensione di luogo che ricompone economia e società	1
Perché i luoghi sono importanti	1
La sfida: surfare l'onda bassa della crescita	5
Il sociale che cambia l'economia (e viceversa)	8
La struttura del libro	12
Prima parte.	
Chi produce il valore della dimensione di luogo	15
1 Asset comunitari come nuove infrastrutture sociali	17
1.1 Le aspirazioni di chi rigenera per trasformare l'esistente	17
1.2 La riemersione dei luoghi e delle loro infrastrutture	20
1.3 Hub come infrastruttura	23
1.4 La rigenerazione che viene dall'alto	30
2 Il potere segnaletico delle comunità intraprendenti	33
2.1 Impresa e comunità nel campo dell'innovazione sociale	33
2.2 Elementi definitori e processi generativi	36
2.3 Una matrice per individuare i pionieri dei luoghi	39
2.4 Comunità intraprendenti e rigenerazione dello spazio pubblico	44

3	Il radicamento digitale del welfare collaborativo	47
3.1	Nuovi luoghi per un nuovo welfare	47
3.2	Welfare e innovazione digitale	51
3.3	Le sfide per il welfare in piattaforma	53
3.4	La governance delle piattaforme di welfare	56
4	Gli attori in campo: dal terzo settore all'imprenditorialità sociale	59
4.1	Pubblico, locale e imprenditoriale: verso il nuovo terzo settore	59
4.2	La nuova morfologia dell'impresa sociale	62
4.3	Lungo i confini tra non profit e for profit	66
4.4	Le sfide future	72
5	Riscontri sul valore dei luoghi	77
5.1	Culturability: accompagnare la rigenerazione sociale	77
5.2	La community di Iris Network e l'innovazione delle imprese sociali	83
5.3	La competitività delle imprese coesive	88
5.4	L'impatto sociale degli incubatori	92
Seconda parte.		
Come gestire e governare la dimensione di luogo		97
6	Cooperare per cambiare le organizzazioni	99
6.1	Il radicamento nei luoghi che reinventa l'impresa	99
6.2	Il cantiere dell'innovazione aperta	102
6.3	La buffer zone organizzativa	105
6.4	Community manager per organizzazioni cooperative	107
7	Modelli di social business per economie di luogo	113
7.1	Come radicare le piattaforme	113
7.2	Business modeling per imprese che abitano i luoghi	117
7.3	Le peculiarità dei business model comunitari	119
8	Un nuovo mutualismo per governance plurali	125
8.1	La governance che cambia i luoghi	125

8.2	Il mutualismo come addensante della governance	128
8.3	Governare come, governare che cosa	134
9	Impatto sociale: apprendere per trasformare	139
9.1	L'impatto sociale come sfida culturale	139
9.2	La valutazione come processo e come metodo	142
9.3	Impatto sociale e dimensione di luogo	146
10	Risorse per nuove strategie di crescita	151
10.1	Il valore della crescita: modelli di scaling	151
10.2	Apprendimenti dai percorsi di crescita dell'impresa sociale	153
10.3	Come finanziare la crescita: strategie e modelli	159
10.4	Ecosistemi per la crescita place-based	162
	Conclusioni. Tre manifesti per i luoghi	167
I.	Per imprese come comunità educanti	167
II.	Per una politica nazionale degli asset comunitari	169
III.	Per un nuovo terzo settore	171
	Postfazione. Dove le politiche. Dove la politica.	
	Dove le istituzioni, di <i>Elena Ostanel</i>	176
	Bibliografia	183