



L'opinione

L'INCLUSIONE DEL REI
COSA CI LASCIA
LA RICETTA
ANTI POVERTÀ

di LORENZO BANDERA*

La povertà in Italia è stabile. Nel 2018 si trovavano in povertà assoluta 1.822.000 famiglie per un totale di 5.040.000 persone: secondo Istat quasi gli stessi numeri del 2017. Il fatto che la povertà non sia diminuita non può far sorridere, ma guardando alla situazione generale del Paese forse si può parlare di una quasi-buona notizia. L'anno scorso la crescita della nostra economia ha rallentato (da +1,7% al +0,9%) e al contempo sono calati i consumi medi delle famiglie (-0,9%). I dati dicono però che i nuclei con minore capacità di spesa sono gli unici che hanno mantenuto i propri livelli di consumo. In altre parole, le famiglie più povere sono quelle che hanno subito meno il trend negativo dell'ultimo anno. Come è possibile? L'ipotesi, confermata anche da Inps, è che questo andamento sia dovuto al Reddito di Inclusione (Rei), la misura pubblica di contrasto alla povertà in vigore per tutto il 2018 prima di essere sostituita, nel marzo scorso, dal Reddito di Cittadinanza. Il Rei ha infatti raggiunto 1,4 milioni di persone (29% di chi era in povertà assoluta) che si collocavano in gran parte nel 10% più povero della popolazione. La misura dunque, pur non influenzando l'incidenza della povertà (quante sono le persone povere) ha permesso la diminuzione dell'intensità della stessa (quanto sono povere le persone povere). Con ogni probabilità, nonostante condizioni generali avverse, il livello della povertà nel nostro Paese non è peggiorato proprio grazie al Rei. Non si è risolto il dramma, ma si è evitata la tragedia. Cristiano Gori, ideatore e referente scientifico dell'Alleanza contro la povertà, in una recente intervista a Secondo Welfare ha spiegato come il Rei, date le scarse risorse a disposizione, dal punto di vista monetario abbia fatto il massimo possibile. La vera «eredità» del Rei, sostiene però Gori, non è da ricercare nei dati economici ma nei profili strutturali. Ad esempio, l'assunzione da parte dei Comuni di personale specificamente dedicato all'implementazione del Rei (Inapp stima 3.000 persone) ha garantito la costruzione di una infrastruttura nazionale per il welfare locale necessaria allo sviluppo di percorsi che possano permettere alle persone di uscire effettivamente dalla povertà. Una impalcatura che sarà utilissima anche per il «discendente» diretto del Rei, il Reddito di Cittadinanza, visto che la maggior parte dei beneficiari, pare, non potranno essere presi in carico dai Centri per l'Impiego e dovranno pertanto rivolgersi ai servizi sociali comunali per essere inseriti in percorsi di inclusione. È uno degli elementi più significativi che emerge dal monitoraggio che l'Alleanza ha svolto lo scorso anno sul Rei. Lo studio, che sarà presentato in autunno con un volume apposito, ha analizzato tra le altre cose platee, caratteristiche dei beneficiari, take-up, azioni messe in atto dagli ambiti sociali territoriali. Informazioni necessarie per capire meglio cosa ci ha lasciato il Rei, ma che potranno essere molto utili per il Reddito di Cittadinanza che presumibilmente, anche per «esigenze europee», dovrà presto essere «ricalibrato».

*Ricercatore

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il dibattito delle idee

Rapporto Symbola: italiani inconsapevoli del valore del proprio Paese

Eppure primeggiano in molti campi, dagli investimenti in ricerca al riciclo

Il segreto di questo successo? Sapersi muovere in rete

Infatti i migliori risultati economici arrivano dalle imprese coesive

7

L'ITALIA CHE CE LA FA (MAI DA SOLI)

di ERMETE REALACCI*

Può sembrare paradossale, vista la campagna di delegittimazione delle Ong, con gli effetti rilevati dal sondaggio di Nando Pagnoncelli pubblicato sul Corriere della Sera, ma il Seminario della Fondazione Symbola «Da soli non si può. Empatia e tecnologia per costruire il futuro» ha confermato l'importanza della coesione sociale per la nostra economia. Un'Italia che sa parlare al mondo. Con i suoi talenti, la sua creatività, il suo territorio, la sua bellezza. Capace, con le sue energie migliori, di affrontare le criticità del nostro tempo, considerandole anche opportunità per uno sviluppo sostenuto e sostenibile, a misura d'uomo. È l'Italia che si rispecchia in I.T.A.L.I.A. rapporto realizzato dalla Fondazione Symbola con Unioncamere e Fondazione Edison. Il nostro Paese non ha piena coscienza delle proprie potenzialità né di quanto i risultati ottenuti siano spesso frutto di fatica di singoli e insieme impresa collettiva. L'indagine condotta da Ipsos, all'interno del rapporto, riguarda proprio la percezione e la consapevolezza delle capacità del Bel Paese. L'Italia è tra i primi 10 Paesi al mondo per investimenti in ricerca e sviluppo: solo il 13% degli italiani ne è consapevole, e addirittura quasi uno su due (45%) la ritiene una notizia poco attendibile. Con il 76,9% siamo il Paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti, più del doppio della media comunitaria (36%). Con il 18,5% di materia seconda sui consumi totali di materia delle imprese, siamo anche primi tra i grandi Paesi europei per tasso di circolarità dell'economia. Un riuso di materia che comporta un risparmio pari a 21 milioni di tonnellate equivalenti di petrolio e a 58 milioni di tonnellate di CO₂.

Guardandoci allo specchio capita troppo spesso di vederci molto meno in forma di quanto non ci considerino fuori dei nostri confini. All'estero cresce la domanda di Italia. In base all'analisi svolta sulle ricerche effettuate su Google, il numero di quelle legate al made in Italy e alle parole chiave ad esso riconducibili – un fondamentale indicatore della notorietà e del desiderio dei prodotti italiani nel mondo – è cresciuto del 56% tra il 2015 e il 2018. Da record il surplus commerciale manifatturiero: quello dell'Italia è infatti il quinto al mondo - con 106,9 miliardi di dollari - dietro alla Cina, alla Germania, alla Corea del Sud e al Giappone. Performance sostenute da migliaia di imprese medio-grandi, medie e piccole che

ci fanno competere sui mercati globali grazie alle capacità di essere flessibili, attive in tanti campi diversi. I fattori vincenti del made in Italy si confermano essere la creatività, l'innovazione, il design, i settori hi-tech come la meccanica o i mezzi di trasporto. Come ha sostenuto il presidente Sergio Mattarella, «la nostra economia ha alle spalle una rete robusta di solidarietà, un sistema di imprese coscienti della propria funzione sociale, un retroterra di legalità, conoscenza diffusa, passioni civili». Il «da soli non si può» riguarda i singoli cittadini ma anche imprese e territori. Perché un'Italia unita, forte nell'Europa, rappresenta una chiave per affrontare temi complessi e urgenti. Nelle nostre società la produzione di valore economico e quella di valore sociale non sono disgiunte, ma camminano assieme, attivando dinamiche collaborative trasversali e multidirezionali che coinvolgono una pluralità di soggetti. A cominciare dal settore non profit: un comparto che negli ultimi anni non solo è cresciuto in termini di occupati e di rilevanza economica, ma ha espresso un dinamismo che ha senza dubbio aiutato il nostro Paese a contrastare gli effetti della crisi economica ed occupazionale.



**Nelle nostre società
la produzione di valore
economico e quella di valore
sociale non sono disgiunte, ma
camminano assieme, attivando
dinamiche collaborative
trasversali e multidirezionali
che coinvolgono
una pluralità di soggetti**

del fatturato è atteso per il 2019 dal 31,0% delle imprese coesive contro il 13,9% nel caso di quelle non coesive. Un divario che si conferma anche con specifico riferimento all'aumento dell'export (20,1% vs 8,5%). Migliori risultati economici che si riflettono in campo occupazionale, perché il 20,9% delle imprese coesive prevede una crescita degli occupati contro il più ridotto 8,8% relativo alle imprese non coesive. C'è una parte importante dell'economia italiana che è più forte proprio perché più a misura d'uomo ed è in grado di affrontare, insieme all'Europa, le sfide della crisi climatica. Un'Italia che fa l'Italia può essere protagonista se trova una visione comune, se non lascia indietro nessuno, se non lascia solo nessuno.

*Presidente Fondazione Symbola

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ipsos e la sfiducia nel Terzo settore

MA IL COMMERCIO EQUO RESISTE

di GIUSEPPE DI FRANCESCO*

Abbiamo letto i dati emersi dall'indagine realizzata da Ipsos per il Corriere della Sera, che riguardano la fiducia o, per meglio dire, sfiducia degli italiani nei confronti delle organizzazioni non profit. Il discredito, il clima culturale negativo, costruito nei confronti delle Ong impegnate nei soccorsi in mare, sembrerebbe così essersi riverberato su tutte le organizzazioni non profit. Ma la fotografia che emerge dall'indagine non considera l'impegno di quei milioni di cittadini che tutti i giorni partecipano alla vita e alle attività delle organizzazioni sociali che costituiscono il Terzo settore italiano: non è cambiato il senso di responsabilità nei confronti dei diritti delle persone, dell'ambiente, delle comunità, dei tanti cittadini che si impegnano. Quella che è mutata è la percezione che di quell'impegno hanno (gli altri) cittadini, più facilmente condizionabili dai messaggi a senso unico che arrivano dai media.

La crisi di fiducia non ha investito il mondo del commercio equo e solidale e dei consumi sostenibili. Lo dimostrano i dati di vendita dei principali prodotti certificati Fairtrade nella grande distribuzione italiana che abbiamo presentato lo scorso giugno a Milano. Si stima che il giro d'affari dei prodotti certificati nel nostro Paese venduti dalla grande distribuzione sia stato nel 2018 di circa 145 milioni di euro e sono in crescita le principali categorie di prodotti che generano maggiore sviluppo nei Paesi da cui provengono: le banane con un +15% rispetto al 2017; il cacao +100%; il caffè +5% e lo zucchero +7%. La fiducia che gli italiani hanno dimostrato nei confronti dei

prodotti del commercio equo certificati da Fairtrade ha generato una somma aggiuntiva, oltre al prezzo pagato per i prodotti, pari a circa 2 milioni di euro, che ha consentito agli agricoltori del nostro circuito di investire risorse importanti in progetti sociali, di prevenzione sanitaria e cura, in scuole e borse di studio. E di poter sviluppare la propria attività, implementare l'assistenza tecnica alla produzione, fronteggiare eventi naturali imprevisti. A confermare questo dato numerico, si possono esaminare anche le più recenti ricerche di mercato sul settore.

Lo scorso anno, un'indagine che abbiamo commissionato a Nielsen Italia, ha misurato la propensione all'acquisto di prodotti etici nel nostro Paese: sempre più italiani hanno dichiarato una preferenza per i prodotti del commercio equo e solidale (si passa dal 23% del 2014 al 29% dell'inizio 2018). Il trend italiano sembra seguire quello di altri Paesi in cui il mercato di prodotti di commercio equo è più sviluppato, come rivela un recente sondaggio condotto in cinque Paesi europei (fonte ricerca GlobeScan 2019): la maggior parte delle persone che fa acquisti ha familiarità con il marchio Fairtrade e ritiene che rifletta i propri valori personali. Perché allora la scelta del consumo responsabile? È un atto semplice, che coinvolge la quotidianità delle persone e che le stimola a partecipare in prima persona. Un gesto che crea fiducia.

*Presidente di Fairtrade Italia

© RIPRODUZIONE RISERVATA