

Manifesto per una cultura cooperativa

Le cooperative sono imprese diverse da quelle capitaliste, perché non nascono con il fine di massimizzare il profitto, ma dal bisogno, comune a un gruppo di persone, i soci, di affermare la propria dignità per mezzo di una attività economica gestita assieme, su un piano di eguaglianza.

Lo scopo dell'impresa cooperativa non è solo di carattere economico, ovvero fornire ai soci un vantaggio rispetto a ciò che otterrebbero fuori dalla cooperativa, ma è anche quello di contribuire a cambiare la qualità e lo stile di vita delle persone e la felicità pubblica. Cooperare, infatti, non significa solo produrre beni o servizi per i soci o per terzi, ma farlo mediante associazione e da protagonisti.

Tre sono i principali punti di forza riscontrabili dell'impresa cooperativa rispetto alle altre forme d'impresa.

Il primo è che l'esperienza in cooperativa dilata lo spazio di libertà delle persone. E la libertà è un valore che non ha prezzo.

Il secondo è che nei territori maggiormente investiti dalla cooperazione si registra più equità e un minore divario nella distribuzione del reddito e della ricchezza. Dove ci sono più cooperative, c'è più uguaglianza.

Terzo, le imprese cooperative sono una palestra di partecipazione civile, quindi fattore di crescita della qualità democratica di una società. Esse generano capitale sociale, che è l'ingrediente fondamentale di una società moderna, attiva e inclusiva.

Questa sostanziale specialità non è purtroppo sufficientemente nota all'opinione pubblica e ciò talvolta determina fraintendimenti, criticità reputazionali, distorsioni nella percezione che si ha del movimento cooperativo nel suo insieme.

Ecco perché, oggi più che mai, occorre rilanciare una nuova stagione di studio e di riflessione su questi temi, per far sì che la cooperazione sia autenticamente vissuta e dispieghi il suo potenziale di trasformazione sociale, economica e culturale.

Nello statuto della prima cooperativa di successo, fondata a Rochdale, in Inghilterra, nel 1844, era scritto chiaramente che il 2,5% degli utili doveva essere utilizzato per biblioteche, sale di lettura e corsi serali di matematica, economia politica e francese. In un'epoca in cui pochissimi pensavano ad investimenti in capitale umano, i Probi Pionieri di Rochdale colsero per primi l'importanza strategica della cultura.

La storia ci conferma che sono le idee che marcano il cammino dell'umanità, non gli interessi. Questi ultimi condizionano gli eventi nel breve periodo, ma sul medio e lungo periodo sono sempre le idee che determinano le trasformazioni fondamentali.

Da alcuni decenni anche l'impresa capitalistica va adottando principi e schemi organizzativi simili a quelli che da sempre sono propri della forma di impresa cooperativa. Tocca a quest'ultima continuare a innovare e a sperimentare – partendo dalle idee dei giovani– per approdare a soluzioni che soddisfino le sempre nuove esigenze delle basi sociali. Ecco perché oggi emerge forte il bisogno di uno specifico pensiero economico sull'impresa cooperativa, che si era sviluppato nell'Ottocento ma che non aveva trovato in seguito sufficiente attenzione. Serve un rinnovato pensiero capace di intercettare il nuovo e di suggerire regole di governance basate sull'impegno per il bene comune, a cui subordinare capitale e potere, vale a dire sulla condivisione dei fini mutualistici da parte di tutti i soci.

L'operazione culturale tentata dagli studiosi ottocenteschi non era di pensare alla cooperazione come a una nicchia di imprese nelle quali praticare la mutualità in opposizione alla logica dominante e pervasiva del profitto, ma di leggere e interpretare l'economia di mercato come luogo di espressione di cooperazione, prima ancora che di conflitto di interessi. Non a caso intravediamo, tra i cambiamenti sociali del prossimo futuro, una progressiva crescita del principio e della pratica della cooperazione.

La branca di ricerca e di studio che ha per oggetto l'impresa cooperativa ha grandissime potenzialità, benché in alcuni ambiti sia ancora a uno stadio embrionale.

Come ha scritto Thomas Eliot, la cultura è come un albero: non si può costruire, si deve solo piantare il seme e curare pazientemente la crescita della pianta.

Occorre dunque investire in studi e ricerche a sostegno del management cooperativo e di tanti altri aspetti, nell'ottica di trasformare in elementi di vantaggio competitivo quei principi fondativi dell'identità cooperativa – la democrazia economica, l'intergenerazionalità, l'intercooperazione, il capitale variabile – che, a torto, sono stati considerati tratti caratteristici di una forma minore d'impresa.

Investire in ricerca, formazione e cultura diventa oggi un'urgenza del movimento cooperativo, indispensabile per alimentare le istanze identitarie e democratiche di questa forma d'impresa e per declinare i valori e i principi di riferimento, riassunti nella Dichiarazione d'Identità Cooperativa, approvata dall'Alleanza Cooperativa Internazionale nel 1995 a Manchester, in maniera sempre nuova, sulla base dei profondi cambiamenti della società e dell'economia.

Un detto giapponese recita: “Seguite quello in cui abbiamo creduto, ma non seguite le nostre orme”, che tiene insieme memoria e futuro, tradizione e innovazione. Nelle grandi e nelle piccole cooperative, senza robusti e costanti investimenti, non è possibile fare scelte efficaci per il presente e lungimiranti per il futuro. In tal modo, fedele alle sue radici carismatiche, il movimento cooperativo crescerà innovandosi e rispondendo ai bisogni di uguaglianza, dignità del lavoro, fiducia, aiuto reciproco, fraternità e pace che sorgono prepotentemente dalle singole comunità e dalla società nel suo complesso.

Il testo, redatto da Michele Dorigatti, Tito Menzani, Vera Negri Zamagni e Stefano Zamagni, è stato presentato durante la Prima conferenza nazionale sulla cultura cooperativa, promossa dalla Fondazione don Lorenzo Guetti, a Castel Campo il 14 ottobre 2022.