

# A cosa servono le piattaforme sociali?

Sergio Pasquinelli, | 07 maggio 2019

Le piattaforme digitali possono aiutare a far crescere il welfare sociale? E come?

Due ricerche recenti offrono delle prime risposte. La prima è quella curata da Ivana Pais e Flaviano Zandonai presso TRAILab intitolata “Welfare in piattaforma” e promossa da Fondazione Cariplo Presentata a Milano il 28 marzo al convegno “Welfare di comunità: diario di viaggio”. [Qui l'infografica.](#) La seconda è quella coordinata da chi scrive nell'ambito del progetto “#WelCo-Puglia” e promossa da Regione Puglia nell'ambito di PugliaSocialeIN Presentata a Bari il 12 aprile. Il rapporto si può [scaricare a questo link.](#)

La ricerca di Pais e Zandonai ha considerato cinque piattaforme di welfare, che per alcuni tratti continuano ad adottare il modello di servizio tradizionale, ma per altri possono essere considerate nuove interpretazioni del modello online prevalente. Gli autori introducono il termine “quasi-piattaforma”, non per indicare il mancato raggiungimento di un modello ideale, ma per marcare le differenze del sociale rispetto alle grandi piattaforme del mercato. La ricerca in Puglia ha considerato nove piattaforme, di quella regione e di altre realtà, anche a livello nazionale.

Dai risultati dei due progetti emergono un insieme di elementi in parte convergenti che è utile richiamare, anche in vista della crescita digitale che attraverserà, senza ombra di dubbio, anche il welfare sociale. Cosa che già sta succedendo oggi, pur lentamente.

## Facilitatori di cittadinanza attiva...

Ci sono piattaforme che promuovono attività realizzabili in virtù della prossimità fisica dei partecipanti, della disponibilità a condividere informazioni o spazi. Ne sono un esempio “Social Street Italia” e “Bircle”, grazie a cui persone che mettono a disposizione informazioni e risorse possono trarre vantaggi, legati alla vicinanza reciproca nel primo caso, all'uso di certi luoghi nel secondo. Molte piattaforme sociali incentivano l'uso dei luoghi, che diventano incubatori di proposte, socialità, inclusione.

La piattaforma “Last Minute Sotto Casa”, nata come start up nell'incubatore del Politecnico di Torino, consente ai negozi con prodotti alimentari in eccedenza e in scadenza di informare con immediatezza i cittadini a due passi dall'esercizio commerciale. Analoga la proposta di molti altri siti di foodsharing, del recupero e della redistribuzione di cibo, come quella barese di Avanzi Popolo 2.0. Nextdoor è una App nata in Italia l'anno scorso, negli Stati Uniti nel 2011, per fare amicizia e collaborare con i vicini, scambiare favori e così via. Nei soli primi sei mesi di vita ha raggiunto la cifra di oltre 30.000 utilizzatori nelle principali città italiane.

Quello della prossimità fisica è un fattore strategico per le piattaforme a vocazione sociale. Fattore molto meno rilevante per le esperienze di mercato, profit, il cui modello di business punta a grandi volumi svincolati dall'appartenenza a un luogo, e a prestazioni standardizzate ed eventualmente fruibili dove le persone vivono (pensiamo al *car sharing*).

## ... ma volumi limitati (e problemi di privacy)

Tuttavia, in diversi casi il volume di “utenza” delle piattaforme a vocazione sociale è inferiore alle aspettative. La difficoltà e talora la reticenza a divulgare dati sulla fruizione di diversi siti ci parla di realtà che complessivamente devono ancora trovare un equilibrio tra investimenti prodotti e risultati in termini di pubblico raggiunto.

Ciò vale in particolare per i siti che offrono servizi, anche a pagamento, come “Familydea”. Presuppongono una diffusa conoscenza da parte delle famiglie, cosa non sempre facile da realizzare. I numeri limitati, che possono riguardare sia chi cerca sia chi offre un servizio, possono derivare da motivi diversi: scarsa conoscenza, vincoli nella registrazione e nell'accesso al portale, eccessiva complessità.

Per funzionare efficacemente occorre raggiungere volumi importanti di utenza, entro spazi e mercati che si stanno saturando: probabilmente è più immediato rivolgersi a un gruppo dedicato di Facebook per trovare un alloggio in una determinata città, rispetto a un sito social specifico, meno conosciuto e dinamico. La presenza di più piattaforme che si rivolgono alla stessa domanda produce una competizione controproducente con una frammentazione del bacino di potenziali utilizzatori.

Anche le disposizioni della recente normativa sulla privacy (GDPR 2016/679) non aiutano. Ni&No, piattaforma che ha voluto mettere in relazione nonni e nipoti attraverso una rete di aiuti e scambi, ha chiuso i battenti per i vincoli posti dal nuovo Regolamento sulla protezione dei dati (privacy), che imponeva restrizioni incompatibili con le relazioni disintermedate che proponeva.

## **Il problema della *governance***

La piattaforma sociale costituisce solitamente solo una parte di progetti che si realizzano soprattutto altrove, sul piano non-virtuale. Non è il fulcro dell'attività di questi progetti, solo una parte. E inoltre raramente c'è coincidenza tra la piattaforma e un'unica impresa. È spesso frutto di una partnership, e richiede una *governance* complessa.

Molte piattaforme digitali sono infatti il risultato della coprogettazione tra attori diversi. Una coprogettazione che diventa efficace se arriva a fare sintesi: se si ricompongono le proposte nei confronti del cittadino, se si semplificano: questo dev'essere il loro valore aggiunto.

Le piattaforme di welfare che riproducono la complessità e la frammentazione di ciò che i soggetti coinvolti (i "*provider*") offrono, senza fare sintesi, senza ricomporre e semplificare, mancano una funzione fondamentale. Ne è tipico esempio un portale dove, dopo molti passaggi, ciò che viene presentata è una lista di cooperative che offrono un determinato servizio, con i relativi numeri di telefono: molto tempo per arrivare a un indirizzario. I portali generano viceversa valore se non rispecchiano semplicemente la realtà ma ne producono una nuova. Questo implica uno sforzo non indifferente di "fusione" tra le attività che i soggetti titolari gestiscono, la cura degli aspetti comunicativi, la costruzione di meccanismi equitativi e non competitivi in una partnership plurale.

## **Soluzioni ibride tra fisico e on line**

Nelle piattaforme sociali sono poche le transazioni che si realizzano (matching domanda-offerta). Queste infatti hanno bisogno di un appoggio organizzativo e di una intermediazione faccia a faccia, off-line[*note*]In questo senso anche la ricerca sul welfare collaborativo in Lombardia, [vedi a questo link.](#)[/*note*]: si pensi ai servizi di assistenza alla persona, ai servizi educativi, a quelli riabilitativi. In questi ambiti la transazione solo online ha molti limiti, è realizzabile solo in parte, funziona di più per certi tipi di interventi e non per altri.

In particolare, una piattaforma digitale è un ottimo mezzo per interventi puntuali, intercambiabili con relativa facilità, come quelli che a volte possono avvenire nel ricorso a una baby-sitter: la chiamo per una sera, vedo com'è andata, decido se richiamarla. Diventa inadeguata nel caso di interventi di più lunga durata e di complessità crescente, come nel caso di una badante: dove non si tratta di provare una persona "per una sera".

Nei servizi alla persona c'è la necessità di una intermediazione faccia a faccia e non virtuale: il bisogno di incontrarsi e di conoscersi, di parlarsi, di valutare le capacità e l'affidabilità della persona. Per questo funzionano meglio le piattaforme che ibridano una informazione di base su internet, propedeutica a relazioni fisiche.

Rimangono aperte due questioni. Le transazioni tra domanda e offerta sono la fonte di reddito primaria nelle piattaforme di mercato. Per quelle sociali sorgono allora due domande: se le transazioni in questo campo avvengono poco online, come fanno a sostenersi nel tempo, con quali risorse? E inoltre: se non servono a fare transazioni, matching tra domanda e offerta, a cosa servono le piattaforme sociali? Servono ad altro: dare visibilità, informazioni, promuovere connessioni, ricercarne di nuove, fare fundraising. Tutto ciò vale il loro impegnativo sforzo?

