

Trasformazione sociale: il potere delle piattaforme digitali

Angela Caridà - 1 Febbraio 2024



Le aziende riconsiderano l'approccio all'innovazione sociale, integrandola nei loro modelli di business, in ottica di sviluppo nel mercato globale

In uno scenario globale segnato da profonde disuguaglianze e da sfide sociali sempre più complesse, le **piattaforme digitali** stanno riscrivendo il loro ruolo. Un tempo vetrine per transazioni e interazioni puramente commerciali, oggi si affermano come attori chiave nel promuovere una **società più inclusiva**, equa e sostenibile.

Sfruttando la loro intrinseca capacità di connettere diversi stakeholder, le piattaforme digitali ampliano la partecipazione e stimolano l'iniziativa collettiva, aprendo a nuove forme di impegno civico e innovazione sociale.

Le piattaforme digitali diventano spazi di **co-progettazione** dove **imprese**, organizzazioni no-profit, cittadini e istituzioni si uniscono per co-creare e attuare soluzioni tempestive ed efficaci alle pressanti questioni sociali.

Iniziative come **Kiva**, **Too Good To Go** e **RomAltruista** dimostrano come la tecnologia orientata al sociale possa dar vita a cambiamenti significativi.

Kiva, ispirata dalla Grameen Bank di Muhammad Yunus, opera dal 2005 per contrastare la povertà e favorire l'inclusione finanziaria nelle comunità disagiate, offrendo accesso ai servizi finanziari a coloro che sono tradizionalmente esclusi dal sistema bancario. È una storia di empowerment, dove ogni prestito rappresenta un'opportunità di inclusione sociale.

Too Good To Go combatte lo spreco alimentare e promuove un consumo responsabile dal 2015. Presente in 17 Paesi con più di 84 milioni di utenti, la piattaforma facilita la distribuzione di cibo non venduto a prezzi accessibili, promuove comportamenti di consumo consapevoli e guida le aziende partner verso una gestione più sostenibile delle eccedenze. Ogni pasto salvato è un passo verso un consumo più responsabile, una lezione di sostenibilità per le aziende e un invito a riflettere sul valore del cibo.

RomAltruista, attiva dal 2011, ha trasformato il volontariato a Roma in un'attività flessibile e aperta a tutti per assicurare alle associazioni e alle organizzazioni no-profit di Roma l'apporto di volontari motivati e determinati. RomAltruista agisce anche come un partner strategico per le aziende, sostiene e implementa programmi di volontariato aziendale, puntando sulla responsabilità sociale d'impresa come leva di crescita e di identità aziendale.



La piattaforma di networking professionale **LinkedIn** ha riconosciuto questa evoluzione e ha esteso le sue funzionalità per abbracciare il volontariato e le cause sociali. Permette alle imprese di pubblicizzare le proprie iniziative di responsabilità sociale e coinvolgere i propri dipendenti, sottolineando l'importanza di una cultura aziendale che valorizza l'impegno sociale.

Oggi, le **aziende** stanno riconsiderando il loro approccio all'innovazione sociale, integrandola nei loro **modelli di business** piuttosto che considerarla come una sequenza di azioni distinte. Questo le porta a contribuire con le loro competenze e reti al potenziamento di soluzioni innovative, facendo dell'innovazione sociale un pilastro strategico per il loro sviluppo nel mercato globale.

L'integrazione dell'**innovazione sociale** nei **modelli di business** produce un profondo impatto sul management e sul marketing, migliora l'immagine delle aziende, consolida i brand e sviluppa relazioni durature con consumatori sempre più attenti alla responsabilità sociale. Un simile orientamento all'innovazione contribuisce a migliorare le performance aziendali.

Le piattaforme digitali ideate per finalità sociali e le imprese che le sostengono stanno riscrivendo le regole del gioco in termini di **welfare e innovazione sociale**. Questa sinergia è fondamentale per costruire reti e ecosistemi che si adoperano per creare una società più equa e giusta. È un cambiamento che riflette non solo una **coscienza civica** matura ma anche la volontà di legare il progresso sociale a quello economico, per un futuro dove il successo aziendale e il benessere collettivo possano progredire in modo armonico.

*Prof.ssa Associata di Economia e Gestione delle Imprese, Dipartimento di Giurisprudenza, Economia e Sociologia – DIGES, Università degli Studi "Magna Græcia" di Catanzaro

