

Organizzato da

Con il patrocinio di



Workshop internazionale - Programma MaB UNESCO

Il ruolo sociale delle imprese per lo sviluppo delle Riserve di Biosfera MaB UNESCO



19 - 20 ottobre 2017

Fortezza delle Verrucole - San Romano in Garfagnana (LU)

Riserva della Biosfera dell'Appennino Tosco - Emiliano

Con il supporto tecnico di

Con il supporto finanziario di



Introduzione e contesto internazionale del workshop

Nelle giornate del 19 e 20 ottobre 2017, il Parco Nazionale e la Riserva di Biosfera MaB UNESCO dell'Appennino Tosco Emiliano hanno organizzato, in collaborazione con Assist Social Capital ed OASIIS, il workshop internazionale **"Il ruolo sociale delle imprese per lo sviluppo delle Riserve di Biosfera MaB UNESCO"**. Il workshop, che ha ottenuto il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, della Regione Toscana e del Comune di San Romano in Garfagnana, è stato realizzato grazie al supporto tecnico del network svedese delle Riserve di Biosfera MaB UNESCO e di ALDA¹, nell'ambito del progetto LADDER², e con

¹ European Association for Local Democracy

² Local Authorities as Drivers for Development Education and Raising-Awareness Project

il supporto finanziario dell'Unione Europea e del governo scozzese.

Il workshop ha avuto inizio il 19 ottobre presso la fortezza delle Verrucole di San Romano in Garfagnana, dove hanno preso parte ai lavori circa un centinaio di persone in rappresentanza delle imprese e dei principali stakeholder della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano, ed è proseguito il giorno successivo mediante alcuni incontri tra la delegazione internazionale intervenuta, le imprese e gli amministratori locali.

Il workshop è stato uno degli eventi preparatori all'organizzazione del **Forum Mondiale "Social Enterprise World Forum"** che si terrà a Edimburgo (Scozia) a settembre 2018 in preparazione alla pubblicazione del "Social Enterprise Biosphere Reserve Policy Report".



Presentazione degli obiettivi del workshop

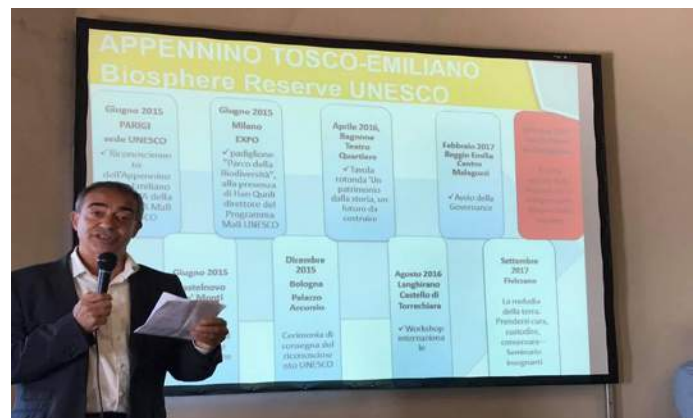
Giuseppe Vignali - direttore del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano

Dopo i saluti istituzionali, affidati a **Pier Romano Mariani**, Sindaco di San Romano in Garfagnana e vice Presidente del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano, ed a **Nicola Poli**, Presidente dell'Unione Comuni Garfagnana, è intervenuto **Giuseppe Vignali**, il quale ha presentato la Riserva di Biosfera ospitante esplicitando gli obiettivi del workshop, ovvero:

- approfondire la relazione tra imprese e programma MaB;
- presentare la piattaforma internazionale **OASIIS** (Opening Access to Sustainable Independent Income Streams) che costituisce un importante strumento per mettere in connessione Riserve di Biosfera e imprese, comprese le organizzazioni no profit ad esse connesse, impegnate nell'ambito della responsabilità sociale;
- avviare un confronto e stimolare la collaborazione tra le imprese "sociali" operanti in altre Riserve di Biosfera europee e quelle dell'Appennino

Tosco Emiliano;

- presentare la proposta di linee guida per la concessione del brand "I CARE APPENNINO" attraverso cui la Riserva della Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano intende riconoscere ed evidenziare il valore sociale di operatori economici e no-profit che sostengono progetti e iniziative il cui scopo sia lo sviluppo sostenibile e prendersi cura del territorio, della biodiversità e delle comunità dell'Appennino Tosco Emiliano.



Presentazione della piattaforma OASIIS

Johanna MacTaggart - *coordinatrice del network svedese delle Riserve di Biosfera*

Johanna MacTaggart ha ricordato come il riconoscimento MaB premi territori in cui vi sia, soprattutto, un potenziale per divenire modelli di sviluppo sostenibile. In tal senso il ruolo dell'economia locale è determinante, ed è per questo che anche nel Lima Action Plan¹ le Riserve di Biosfera sono stimolate ad attivare relazioni con le imprese che perseguono finalità sociali ed etiche. Johanna MacTaggart ha evidenziando come la responsabilità sociale delle imprese sia un potenziale fondamentale per lo sviluppo delle funzioni delle Riserve della Biosfera e, viceversa, come il valore testimoniato dalle Riserve di Biosfera possa essere un elemento di sostegno alle imprese che investono sulle comunità e sull'ambiente.

¹ Documento strategico che individua strategie obiettivi ed azioni su cui la rete mondiale delle Riserve di Biosfera sono tenute ad impegnarsi sino al 2025.

Colin Campbell - *rappresentante network Social Enterprise Biosphere Reserve (SEBR)*

In seguito è intervenuto **Colin Campbell** che, coadiuvato dalla sua collaboratrice **Tabitha Ewing** e da **Dominik Woerner**, di Insights Germany, ha presentato la piattaforma OASIIS di cui è responsabile. OASIIS è un importante strumento online che permette di raccogliere dati ed elaborare informazioni per visualizzare e valorizzare le ricadute socio economiche delle imprese che, all'interno di una Riserva di Biosfera, operano in coerenza ai principi dello sviluppo sostenibile e della responsabilità. La piattaforma OASIIS è uno strumento che dà il senso di essere parte di una comunità mondiale e che permette di entrare in contatto con imprese, persone, istituzioni, cittadini di tutto il mondo. Il ruolo della piattaforma, anche grazie all'utilizzo di ulteriori forme di coinvolgimento online, come appunto Insights, che ha permesso di coinvolgere più di 800 persone in tutto il mondo negli ultimi due mesi per indagare il rapporto fra le imprese ed il raggiungimento dei principi del programma MaB UNESCO, è identificare, dare visibilità, sostenere quelle imprese che sviluppano progetti e attività che sostengono i principi promossi nei territori e nelle comunità dal programma MaB UNESCO. Secondo Colin Campbell è dunque auspicabile incrementare l'utilizzo della piattaforma da parte delle imprese sociali delle Riserve di Biosfera con l'obiettivo di giungere entro il 2025 ad avere il 15% delle attività economiche presenti nelle Riserve di Biosfera promosse attraverso forme di imprenditorialità sociale. OASIIS è quindi anche un'importante occasione per le imprese che operano coerentemente ai valori dello sviluppo sostenibile di conoscere, incontrare e collaborare con altre aziende a loro simili operanti all'interno della rete mondiale delle Riserve di Biosfera.



Il network "Social Enterprise Biosphere Reserve" è un'iniziativa lanciata nel 2013 e che dal 2016 è aperta a tutte le Riserve di Biosfera del mondo interessate ad approfondire nei propri territori la tematica della Responsabilità Sociale di Impresa, con un particolare focus sulle imprese sociali, ossia quelle imprese che reinvestono la totalità dei propri profitti in azioni sociali e/o ambientali a favore della comunità. Il network SEBR supporta la cooperazione fra le Riserve di Biosfera per favorire la condivisione di esperienze, buone pratiche, opportunità e risorse e per dimostrare i benefici socio-economici perseguibili nelle Riserve di Biosfera UNESCO che vanno nella direzione degli obiettivi fissati nel "Lima Action Plan" e degli Obiettivi Globali per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Testimonianze delle imprese sociali italiane e straniere

Un esempio ne sono stati i successivi interventi dei rappresentanti di **3 imprese straniere** ad alto valore sociale operanti in diverse Riserve di Biosfera:

- **Chris Saunders** in rappresentanza dell'impresa sociale ACE, che opera nel campo del turismo outdoor/avventura, operante nella Riserva di Biosfera scozzese "Galloway and Southern Ayrshire";
- **Shelagh Hourahane** in rappresentanza dell'impresa sociale Cletwr che gestisce un struttura polivalente (bar, ristorante, ludoteca, centro ricreativo, piccola bottega, ...) in un piccolo villaggio nella Riserva di Biosfera gallese "Dyfi";
- **Pia Aakesson** in rappresentanza dell'impresa sociale Lugnas Quarry che gestisce un museo connesso ad una antica miniera nella Riserva di Biosfera svedese "Lake Vänern Archipelago", coinvolgendo e offrendo opportunità di lavoro estivo in modo estremamente efficace agli adolescenti della comunità.

A questi hanno fatto seguito gli interventi di **3 imprese italiane** in rappresentanza della Riserva di

Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano:

- **Barbara Maffei** per la cooperativa agricola Montagna Verde, che in Lunigiana si occupa di agricoltura biologica e di agriturismo diffuso recuperando il borgo in abbandono di Apella;
- **Rino Manetti** per la cooperativa La Pania di Corfino, che si occupa di gestione forestale e di ingegneria naturalistica;
- **Lorenzo Satti** per Garfagnana Coop che produce e commercializza produzioni tipiche e di qualità della Garfagnana sviluppando attorno ad esse anche ricerca, educazione e fruizione.



Tutte le sei imprese sono registrate su OASIIS e dalle loro presentazioni è apparso evidente come, seppur in territori distanti tra di loro, **le esigenze delle comunità delle Riserve di Biosfera siano estremamente simili e paragonabili**, sottolineando come in risposta a tali esigenze si siano sviluppate diverse **forme di imprenditorialità ad alto valore sociale** che offrono prodotti e servizi che sostengono le comunità non solo in termini di occupazione e fiscalità, ma anche di vero e proprio senso di responsabilità.



ACE è un'impresa sociale nata 6 anni fa in risposta alla domanda di attività outdoor della comunità. Il centro ha sviluppato in pochi anni un programma ricco di attività aperte a tutti.



Cletwr nasce dall'idea di riaprire il **Cletwr Garage** come impresa no profit per offrire nuovamente alcuni servizi: una piccola bottega, un bar a supporto della comunità locale, ecc.



Lugnas Quarry è un'impresa sociale incentrata sull'ecoturismo il cui scopo è quello di educare i visitatori in merito alle miniere di macine di Lugnas.



Recuperare e salvaguardare il territorio garantendo ai propri soci un'occupazione permanente nel settore agroforestale è l'impegno della **Cooperativa La Pania di Corfino**, attiva da oltre 35 anni su tutto il territorio della Toscana.



L'agriturismo albergo diffuso **Montagna Verde** è impegnato in un percorso di valorizzazione e tutela del borgo di Apella per lo sviluppo di un turismo sostenibile e di un'agricoltura biologica a tutela del paesaggio agricolo.



Garfagnana Coop produce farro con metodologie rigorosamente biologiche e prodotti trasformati come le confetture di frutti di bosco.

Presentazione della bozza di linee guida per la concessione del brand "I CARE APPENNINO"

Fausto Giovanelli - *coordinatore della Riserva di Biosfera e Presidente del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano*

La sessione pomeridiana della giornata del 19 ottobre è stata aperta da **Fausto Giovanelli**, il quale ha dapprima evidenziato le motivazioni e le aspettative connesse alla strategia di branding della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano, quindi ha illustrato una proposta di linee guida per la concessione del brand "I CARE APPENNINO" (MI PRENDO CURA dell'APPENNINO) a imprese e organizzazioni.



Giovanelli ha ricordato come, al congresso mondiale del programma MaB UNESCO tenutosi a Lima nel marzo 2016 e successivamente al meeting del network EUROMAB tenutosi questa primavera in Dordogne, sia emerso chiaramente come anche all'interno di UNESCO e del programma MaB è vivace il dibattito sull'importanza di associare alle Riserve di Biosfera delle strategie di branding. Se da un lato, infatti, l'UNESCO è una agenzia culturale che non intende vedere il proprio logo utilizzato per fini commerciali, dall'altro le Riserve di Biosfera sono comunità/luoghi in cui lo sviluppo sostenibile è quasi una necessità e il tema dell'economia, e quindi dell'impresa e della loro richiesta di dare valore all'essere Riserva di Biosfera attraverso un brand, è un tema ineludibile anche per un progetto di valori e di cultura come il programma Man and Biosphere.

"Giungiamo alla definizione della proposta della strategia di branding" ha specificato Giovanelli "dopo che in questi primi due anni la Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano ha potuto vivere una vera e propria nascita, non come logo, ma come visione che acquista adesione, sostegno e partecipazione autentica all'interno del territorio. In questo periodo abbiamo partecipato ad iniziative internazionali, organizzate dall'UNESCO per approfondire il tema del branding MaB, ospitandone anche una, lo scorso agosto presso

il castello di Torrechiara nel Parmense approfondendo il tema della relazione tra branding delle Riserve di Biosfera ed i prodotti agroalimentari di qualità e la gastronomia di eccellenza; ci siamo confrontati con altre Riserve di Biosfera che hanno già avviato un progetto di branding affinché ci portassero la loro esperienza e ne abbiamo valutato pregi e limiti; abbiamo ascoltato il nostro territorio organizzando diversi incontri con le comunità imprenditoriali per aver ben chiare le loro aspettative, ma allo stesso tempo far comprendere l'essenza del programma MaB e quindi della strategia di branding ad esso connessa. Abbiamo lavorato cercando di avvicinarsi a qualcosa di concreto, senza la fretta di esibire un logo, consapevoli che non possiamo permetterci di bruciare il valore della Riserva di Biosfera MaB UNESCO con un'operazione di marketing che si limiti a promuovere il territorio di prima con un'etichetta in più.

In questo percorso abbiamo compreso che la strategia di branding di una Riserva di Biosfera – o quanto meno di quella dell'Appennino Tosco Emiliano – deve essere intesa come l'identificazione e la valorizzazione del territorio, delle sue comunità come Riserva di Biosfera, non può essere una strategia puramente commerciale, rivolta a clienti consumatori e turisti, ma deve essere invece rivolta in primis a residenti e imprese, ai protagonisti della vita del territorio, avvantaggiandosi del fatto che l'approccio MaB è molto fecondo, è una miniera di idee e di motivazione, è un progetto che riesce a parlare al capitale umano e ai giovani del nostro territorio che sono risorsa essenziale per fronteggiare ogni fase di difficoltà e quindi meritevoli di investimento. In tal senso la strategia di brand diventa anche funzionale a individuare una comunità di pensiero, una classe dirigente di questa Riserva di Biosfera, che sia una rete diversa rispetto alle amministrazioni locali, che si identifica in una visione che incontra in profondità la storia, la cultura, le aspettative del territorio e che partecipa alla costruzione di futuro positivo nel segno della sostenibilità e dei valori etici e civili che sono alla base di questo programma UNESCO.

Nello specifico, il territorio della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano è caratterizzato da proprietà private e collettive, con una storia di micro imprese contadine, con una storia di produzione di autosufficienza alimentare e di sussistenza, trasformata in una storia di artigianato, turismo e servizi. In questo contesto è scontato e legittimo che l'aspettativa connessa al riconoscimento MaB UNESCO sia un aumento di valore; a tale aspettativa però intendiamo

corrispondere non veicolando il valore della Riserva di Biosfera come un'etichetta su un prodotto che ne certifica le qualità, ma attraverso un brand che espliciti ciò che è veramente essere MaB, ovvero un equilibrio tra uomo e biosfera, ovvero la qualità sociale le relazioni umane, il senso di comunità di questo territorio, il senso di appartenenza, l'autenticità. Un equilibrio che deve essere evidente nelle comunità, nelle imprese e nell'economia del territorio, un equilibrio che si traduce nella parola sostenibilità.

In conseguenza a tutte queste riflessioni è emerso, già l'anno scorso a Torrechiara e sviluppato successivamente, il cuore della nostra strategia di branding: I CARE APPENNINO – MI PRENDO CURA DELL' APPENNINO.

Coerentemente l'idea di che cosa sia la Riserva di Biosfera, che non è un ente, non ha una personalità giuridica di diritto amministrativo, pubblico o privato, non ha un apparato, uno statuto, ma è un impegno morale, d'onore, una condivisione di valori, per la concessione del brand ad imprese ed organizzazioni non abbiamo delineato un regolamento, ma delle linee guida demandando a convenzioni specifiche con ciascun soggetto richiedente il brand la definizione di come esso potrà essere utilizzato dalle imprese e dai protagonisti della vita del territorio per mettere in valore quelle che sono le qualità di questo territorio."

Procedura per il rilascio del brand "I CARE APPENNINO"

Entrando nel dettaglio della proposta di linee guida, il brand "I CARE APPENNINO" verrà rilasciato a operatori economici e organizzazioni no profit sulla base di progetti che i richiedenti si impegneranno a realizzare direttamente o a sostenere economicamente. Tali progettualità dovranno dimostrare il perseguimento dello sviluppo sostenibile nell'Appennino Tosco Emiliano (ovvero in piena coerenza con i principi del programma MaB UNESCO) attraverso il conseguimento di risultati economici e impatti ambientali e sociali che apportino un reale ed evidente beneficio al territorio e alle sue comunità.

Il brand potrà essere richiesto mediante una domanda libera, indirizzata al Comitato di Gestione della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano, in cui il richiedente dovrà fornire:

- una propria breve presentazione, illustrando in che modo opera in corrispondenza agli obiettivi di sostenibilità e a principi etici, risultati economici e impatti ambientali che apportino un reale ed evidente beneficio all'Appennino e alle sue comunità;
- una descrizione del progetto sostenuto per cui ritiene di essere degno del brand "I CARE APPEN-

NINO" sottolineando in che modo esso persegue lo sviluppo sostenibile nell'Appennino tosco emiliano, conseguendo risultati economici e impatti ambientali che apportino un reale ed evidente beneficio all'Appennino e alle sue comunità¹.

- il dettaglio dell'utilizzo che si intende fare del brand, ovvero gli strumenti di comunicazione inerenti il progetto ed il richiedente su cui verrà utilizzato il brand.

¹ in alternativa una dichiarazione in cui si impegna a voler sostenere economicamente delle progettualità già in atto/programmazione da parte della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano, scelte tra un "catalogo" appositamente costituito.



La valutazione della richiesta verrà effettuata dal Comitato di Gestione della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano. La concessione del brand avverrà a seguito di uno specifico accordo tra il soggetto richiedente e il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano, in qualità di coordinatore della Riserva di Biosfera, che esplicita, di volta in volta, le condizioni di utilizzo del brand con valenza triennale, rinnovabile previo aggiornamento dei contenuti. Una volta concesso il brand il soggetto beneficiario potrà - a meno di specifiche prescrizioni esplicitate nell'accordo di concessione - utilizzarlo liberamente sia su strumenti di comunicazione istituzionale che su prodotti commerciali, anche non strettamente correlati al progetto descritto in fase di richiesta.

Tali linee guida dovranno prima essere approvate dal Comitato di gestione della Riserva di Biosfera e dal Comitato MaB nazionale, quindi saranno rese operative ed ampiamente promosse a tutta la comunità della Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano.

Tavola rotonda: “La responsabilità sociale di impresa e l’approccio MaB: idee e opportunità per risollevarlo l’Appennino”

Dopo un saluto introduttivo da parte dell’assessore regionale all’agricoltura e alle politiche per la montagna e il mare della regione Toscana, **Marco Remaschi**, è seguita una tavola rotonda moderata dal direttore di Confcooperative Reggio Emilia, **Giovanni Teneggi**, ed a cui hanno preso parte **Maria Carmela Giarratano** - presidente del Comitato Tecnico Nazionale MaB e direttore generale per la protezione della natura e del mare del Ministero dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare -, **Fabio Renzi** - segretario generale della Fondazione Symbola - e **Flaviano Zandonai** - ricercatore di EURICSE.



Fabio Renzi - segretario generale della Fondazione Symbola

Fabio Renzi nel proprio intervento ha apprezzato il fatto che il programma MaB stimoli lo sviluppo sostenibile dei territori in piena connessione - e non solo in modo compatibile - alla conservazione della biodiversità. Renzi però stimola le Riserve di Biosfera MaB UNESCO a perseguire tali obiettivi non solo all’interno del loro perimetro, ma a divenire sempre più dei modelli di sviluppo sostenibile replicabili anche in altri territori. “*Il diventare Riserva di Biosfera non significa inventarsi un nuovo strumento di gestione e governance del territorio, bensì coltivare relazioni profonde già preesistenti che hanno permesso, come nel caso dell’Appennino Tosco Emiliano, di giungere in breve tempo a questo importante riconoscimento internazionale*”. Per quanto riguarda la strategia di brand della Riserva di Biosfera, Renzi stimola l’Appennino Tosco Emiliano, dopo una prima fase finalizzata ad esplorare la risposta del territorio e dei suoi stakeholder durante la quale non si è voluto irrigidire e schematizzare la concessione del brand, di prevedere un’evoluzione nel medio periodo, capace di elaborare regole più stringenti, che siano in grado di

definire in modo preciso e puntuale i criteri per cui un’impresa può o meno fregiarsi del brand “I CARE APPENNINO”. Ciò potrebbe costituire un esempio virtuoso, un precedente per altri territori, non solo Riserve di Biosfera, che vorranno in futuro dotarsi di una strategia di branding connessa allo sviluppo sostenibile e alla responsabilità sociale ed ambientale delle imprese.

Maria Carmela Giarratano - presidente del Comitato Tecnico Nazionale MaB e direttore generale per la protezione della natura e del mare del MATTM

Maria Carmela Giarratano, ricollegandosi a quanto affermato da Fabio Renzi, ribadisce che “*l’istituzione della Riserva di Biosfera dell’Appennino Tosco Emiliano è frutto di una maturità del territorio e che ora il tema è proprio quello delle linee guida del brand in una stagione in cui la brandizzazione, intesa come utilizzazione di un marchio distintivo e distinguibile, è abusata per lo più per motivi commerciali e pubblicitari*”. Richiamando la legge Quadro sulle Aree Protette, Giarratano sottolinea l’importanza di una concezione più profonda del significato di brand, che la legge 394 ben riassume con la parola ormai desueta di “emblema”, la quale sottintende un senso sociale e la cui concessione è connessa ad apposite convenzioni maggiormente rappresentative delle diversità che si presentano ogni qual volta lo si vuole richiedere. “*Seppur sia dunque chiaro il rischio di un’omogeneizzazione dovuta alla standardizzazione, è in ogni caso ineludibile che anche la strategia di branding della Riserva di Biosfera dell’Appennino Tosco Emiliano debba dotarsi, più che di un regolamento, di alcune linee guida che costituiscano un chiaro paradigma di confronto rispetto agli obiettivi e ai valori che si vogliono certificare attraverso la concessione del brand I CARE APPENNINO*”. Infine, in qualità di presidente del Comitato Tecnico Nazionale MaB, ha evidenziato la necessità di un passaggio formale di ufficializzazione da parte del Comitato Nazionale dei principi della strategia di branding promossa dalla Riserva di Biosfera dell’Appennino Tosco Emiliano affinché questa possa diventare un riferimento anche per le altre Riserve di Biosfera italiane.



Flaviano Zandonai - ricercatore di EURICSE

Flaviano Zandonai e **Giovanni Teneggi** hanno infine evidenziato come l'attuale definizione italiana di impresa sociale sia estremamente limitante rispetto alle ambizioni di un progetto territoriale di ampio respiro come quello del programma MaB UNESCO e che, di fatto, la realtà dei fatti sia già più avanti e maggiormente pronta a riconoscere ed apprezzare una filosofia di strategia di branding come quella proposta dalla Riserva di Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano che invita gli operatori, le imprese, gli

stakeholder a prendersi cura del proprio territorio. A testimonianza di ciò viene riportato come esempio la crescente attenzione al tema delle cooperative di comunità a cui è dedicata la scuola organizzata già da alcuni anni proprio nell'Appennino Tosco Emiliano ed a cui la delegazione internazionale prenderà parte nella seconda giornata del workshop.

Giornata di visita della delegazione internazionale nella Riserva della Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano

La giornata del 20 ottobre è stata dedicata alla visita del territorio della Riserva della Biosfera da parte della delegazione internazionale con alcuni specifici momenti di incontro sul territorio con alcuni stakeholder locali.

Il primo momento di incontro si è svolto in mattinata presso il **passo di Pradarena**, dove la delegazione internazionale ha potuto dialogare con alcuni rappresentanti di istituzioni e imprese del territorio.

Nel pomeriggio, a Succiso (RE), la delegazione internazionale è invece intervenuta alla **Scuola di Cooperative di Comunità**, nell'ambito della quale è stata sottolineata l'opportunità di sinergie e collaborazioni fra le imprese sociali e i principi di sviluppo sostenibile promulgati dal programma UNESCO "Man and Biosphere" all'interno dei territori riconosciuti Riserve di Biosfera.



Tutte le presentazioni del workshop sono disponibili e scaricabili sul sito web della Riserva della Biosfera dell'Appennino Tosco Emiliano

www.mabappennino.it