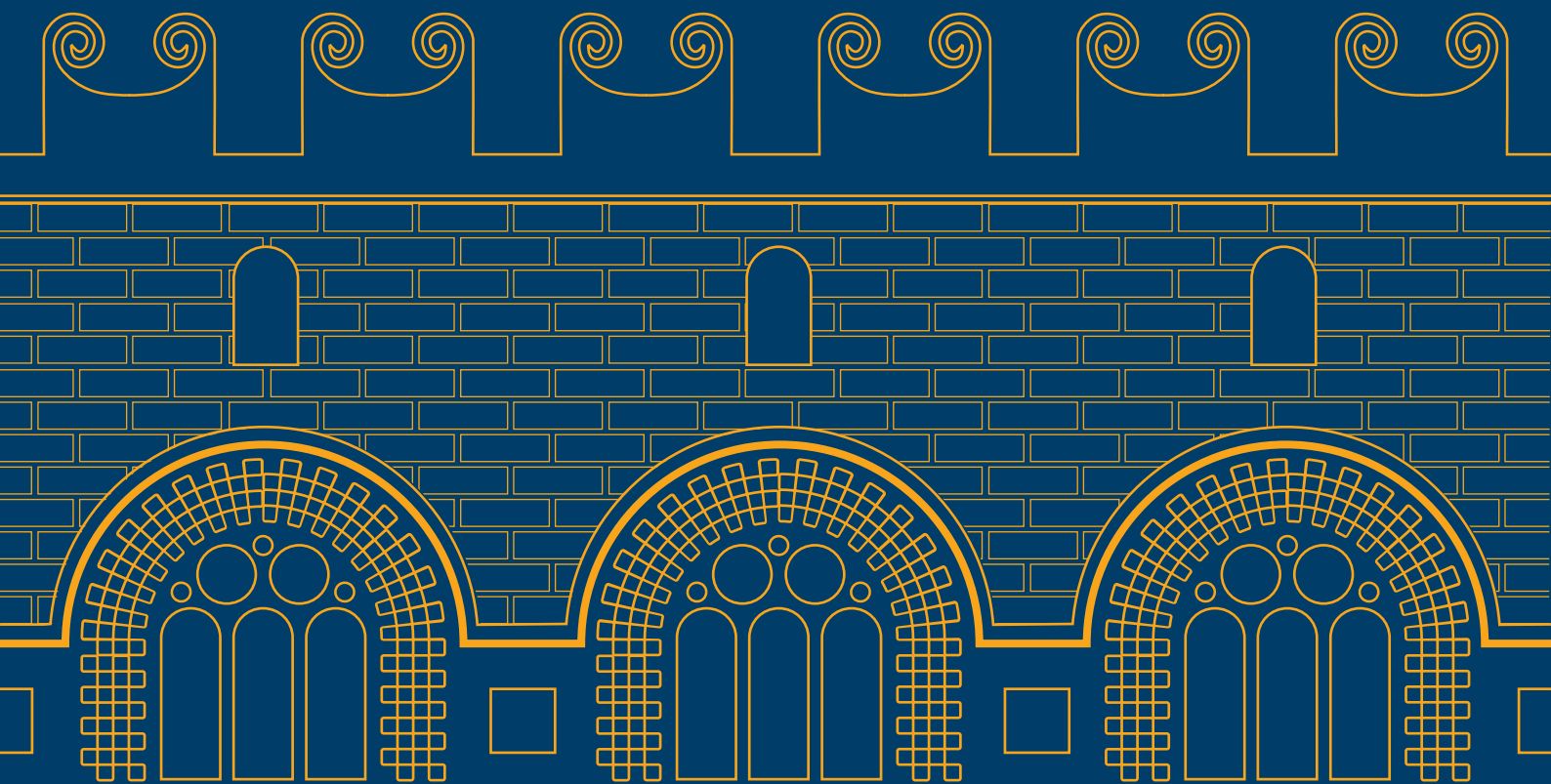


Non c'è mai vento a favore per il marinaio che non sa qual è il suo porto

*La “nuova” politica richiesta dal passaggio dal
capitalismo fordista al capitalismo digitale: un
salto di paradigma, il territorio diventa sistema.*

a cura di Antonio Rossetti



1. La crisi del capitalismo fordista

Il principale motivo per cui l'attuale modo di produzione, per semplicità chiamiamolo capitalismo, ha mostrato una sorprendente resilienza - attraversando le procelle di crisi di sottoconsumo, guerre, inflazione, bolle finanziarie - è la circostanza che il suo assetto non è rigidamente fissato ma cambia in funzione della variazione dei prezzi dei fattori di produzione potendo selezionare, di volta in volta, la tecnologia ottimale, accettando i conseguenti cambiamenti di paradigma teorico e sociale.

Non è stato così, ad esempio, per il modo di produzione schiavistico, necessariamente legato alla presenza degli schiavi che venne sostituito con quello feudale, caratterizzato dalla presenza della servitù della gleba. In entrambi questi assetti la forza lavoro si denota come capitale fisso, di proprietà dell'impresa alla stregua dei macchinari; nel capitalismo è, invece, capitale variabile (non possiamo approfondire qui la rilevanza della cosa, basti dire che il tasso di profitto, secondo un approccio neo-Ricardiano, dipende da questo): l'impresa compra un certo lasso temporale giornaliero di attività della forza lavoro e, soprattutto, assembla tale fattore con il capitale in funzione delle variazioni dei prezzi di questi fattori di produzione, veri e propri segnali per la ricerca della "rotta" ottimale, dietro ai quali si cela la produttività, a sua volta dipendente dalla tecnologia esistente.

Questa flessibilità del capitalismo è dimostrata dalla grande varietà degli assetti storicamente occorsi e degli aspetti di volta in volta peculiari del modo di produzione; nei due secoli e mezzo di "modernità" si sono succeduti: la *macchina* (nel capitalismo industriale dell'800), l'*organizzazione* (nel fordismo, 1920-70), il territorio (nel capitalismo flessibile, 1970-2000), gli *algoritmi e automatismi digitali* (nel capitalismo digitale delle piattaforme, post-2000).

In particolare, abbiamo assistito e ancora stiamo assistendo al tramonto del capitalismo fordista, basato su imprese di rilevanti dimensioni, ubicate in genere in funzione dei mercati di approvvigionamento o di quelli di sbocco, facenti leva su procedure di produzione e controllo fortemente standardizzate e con poca necessità di revisione, stante i bassi livelli di complessità dell'habitat.

Il capitalismo fordista implica una competizione tra imprese che si estende a quella tra territori, relativamente all'approntamento di mercati con meno frizioni possibili; **richiede un partenariato tutto sommato marginale alla politica**: lo Stato può retrocedere a essere, per dirla con Einaudi, esclusivamente "postino e guardiano notturno".

La crisi del fordismo comincia negli anni Settanta del Novecento e prosegue tutt'oggi, scatta quando lo sviluppo, economico e sociale, genera una complessità che si manifesta sotto diverse forme: una domanda che cambia repentinamente; una concorrenza trans-nazionale; cambiamenti nel modo di condurre la politica monetaria; la dinamica del debito pubblico. La fase che segue si denota per la ricerca non tanto della dimensione, per suscitare le economie di scala, quanto della flessibilità come risposta alla turbolenza dell'habitat. Le nuove realtà imprenditoriali, solitamente, decentrano ampie fasi di produzione, sono collegate con partner di varia natura - marketing, finanza, soluzioni IT - e **sono meno legate al territorio perché lo spazio fisico è ora mediato da quello digitale**.

Nel lungo periodo, il crepuscolo del capitalismo fordista si è anche accompagnato con una diversa accentuazione settoriale dell'industria: in Italia negli ultimi trenta anni la quota di imprese manifatturiere sul totale è crollata dal 13,8% all'8,5% (da 744mila a 497mila, dati Unioncamere-Infocamere su dati Movimprese, Cfr. Il Sole-24 ore del 30.09.25, pag. 2). Logicamente ha pesato anche il riposizionamento verso il settore dei servizi che beneficiano meno della dimensione e delle economie di scala, che erano le variabili chiave del capitalismo fordista.

2. L'agenda della politica nella fase del capitalismo delle piattaforme

Il primo passo per ritrovare flessibilità, da parte delle imprese, pur preservando al massimo l'esistente, è stato il *downsizing*, che contraddice la regola delle economie di larga scala. Le imprese hanno cominciato a decentrare tutta una serie di attività, salvaguardando solo il nucleo centrale del sistema

produttivo pre-programmato; si è “cominciato a fare *outsourcing* di materiali, componenti, soluzioni, servizi e conoscenze esterne, ricorrendo a fornitori flessibili, in grado di adattare i loro processi in tempi ragionevolmente brevi e di accettare anche commesse di piccola scala o di carattere temporaneo” (Cfr. Machina Rivista, “Fordismo, postfordismo, digitalizzazione: l’orizzonte strategico del capitalismo”, A. Alia intervista E. Rullani, 24 maggio 2023).

Il nuovo modo di produzione inventa altri modi di agire rispetto al fordismo: **le filiere s’allargano a reti che vanno oltre il locale** e le persone accedono a conoscenze che travalicano l’esperienza fatta in azienda. Gli imprenditori re-inventano il proprio business, allungando-allargando la filiera pur conservando nel sistema locale un nucleo portante d’attività in quei campi in cui è rilevante l’integrazione col sapere e con le iniziative presenti nel territorio.

Vi sono anche realtà imprenditoriali che, invece, selezionano mercati di nicchia in cui conservano un vantaggio ottenuto, sovente, adeguandosi al ripiegamento dei circuiti locali. Altre ancora cercano soluzioni di risparmio dei costi decentrando attività più o meno rilevanti in paesi a basso costo del lavoro.

3. Orvieto: quale politica industriale?

Malgrado la resilienza del capitalismo, Orvieto sta condividendo, con molte altre zone dell’Italia, una fase di sensibile de-industrializzazione, con un processo di “terziarizzazione povera” indotta dalla inclinazione progressiva ma implacabile nella direzione di settori a basso contenuto di conoscenza e bassi salari; vi è stato, cioè, uno **spostamento dalla manifattura ad attività meno rischiose**, maggiormente labour intensive. Tale crisi riguarda non solo la decrescita economica ma anche la scomparsa dei ceti medi imprenditoriali, in regressione verso le classi immediatamente sottostanti dei prestatori d’opera. Un solco che segna l’accentuazione dall’economia del profitto a quella della rendita.

Tale processo ha avuto svariati catalizzatori: la piccolissima dimensione delle imprese, una certa tendenza di alcune imprese a investire in settori caratterizzati da rendite di posizione anziché investire sul core-business, il deficit demografico che implica una bassa presenza di giovani qualificati nel mercato del lavoro, una maggiore incidenza del fenotipo del rentier rispetto all’imprenditore, infine, ultimo solo per elencazione, un asse politico tra classe dei rentiers e governo della città.

Per organizzare un’attività mirante a gestire questa situazione, si può partire proprio dalle caratteristiche del capitalismo digitale, soprattutto sulla sua attitudine a utilizzare strutture di reti, cioè connessioni tra partner. Per impostare il modo di produrre secondo queste linee, l’impresa ha necessità di un fascio di connessioni, prima ideali e poi fisiche, che prescindano dalla prossimità territoriale. Non si vuole negare la rilevanza dello spazio di prossimità, alla base del modello fordista e dell’economia dei distretti, ma il capitalismo flessibile del digitale va oltre: è ciò a cui s’allude con il **concetto di piattaforma, che sublima modi di connessione aperti cui fanno parte: a) organismi di habitat (servizio sanitario, rete dei trasporti, organizzazione del tempo libero, terzo settore); b) fornitori e clienti dell’impresa; c) provider di servizi qualificati (consulenza, finanza, marketing) e d) partener (organismi di ricerca, scuole, centri di formazione).**

La piattaforma è una rete anche concettuale, un’euristica a geometria variabile, uno “spazio ibrido tra luoghi e flussi” (cfr. A. Bonomi (a cura di) “Oltre le mura dell’impresa”, pag. 10).

In senso ampio, anche Internet può essere descritto come una piattaforma, considerando due sue caratteristiche essenziali: quella di permettere la connessione (ovvero, la comunicazione) tra vari soggetti e quella di fornire una base – tecnologica, organizzativa, simbolica – per lo sviluppo di nuovi progetti, nuove imprese, nuove attività. Più concretamente, da un punto di vista meramente tecnologico, “possiamo, ad esempio, annoverare tra le piattaforme i motori di ricerca, che rendono accessibile la piattaforma Internet e possibile la navigazione in un oceano quasi sterminato di informazioni e iniziative. Ma la tipologia di piattaforma che si è maggiormente affermata come parte delle attività quotidiane

dei cittadini/consumatori in molti Paesi del mondo è la piattaforma di transazione. Si tratta, in sintesi, di una modalità di commercio online intermediato da un soggetto terzo e che si inserisce perfettamente nell'intersezione tra la disponibilità di nuove tecnologie di comunicazione e la nascita di un modello di consumatore digitalizzato e globalizzato. Secondo Eurostat, il 66 per cento dei residenti nell'Unione europea ha effettuato un acquisto online nel corso del 2021 e la percentuale di imprese con almeno 10 addetti che vende beni o servizi sul web ha raggiunto il 19 per cento del totale. Il commercio di prodotti online è quindi ormai parte integrante del sistema sociale ed economico ed è ovviamente caratterizzato da un grado di flessibilità e personalizzazione sconosciuto al mondo analogico" (Cfr. ISTAT, "La misurazione dell'economia delle piattaforme in Italia", 2022).

La costituzione di questi hub decentrati di servizi genera effetti cumulativi di valore che controbattano la flessione degli effetti moltiplicativi delle economie di scala che erano legate al capitalismo fordista. Laddove il tessuto delle piattaforme non ha preso il sopravvento e non è stato in grado di colmare i vuoti della ritirata delle imprese fordiste, com'è avvenuto a Orvieto, s'osserva un arretramento e una scarsa dinamica della crescita.

Se le piattaforme sono sempre più simili a cluster che assemblano imprese, servizi alle imprese e servizi all'habitat, **si apre uno spazio di lavoro importante per la politica come mediatore culturale tra i nodi della rete** per la creazione di beni collettivi, enzimi per la crescita e per il sostenimento della transizione produttiva. Dovranno fare parte del network di partner, oltre le imprese: enti intermedi, attori sociali, associazioni, attori istituzionali, politica, scuole, centri di analisi e ricerca, sanità. Le singolarità dovranno essere trasformate in integrazione: questo è il ruolo di mediazione della politica.

Stiamo parlando di metafisica? No, vi sono esempi concreti!

Il primo è il protocollo tra partner della regione Emilia-Romagna, il "patto del lavoro" varato ormai un decennio fa (2015) che richiedeva "a ognuno dei partecipanti di definire i propri investimenti e i propri comportamenti nel periodo della legislatura, per perseguire obiettivi misurabili di crescita, tali da riposizionare l'intera struttura economica della regione... che vede dai primi anni duemila la crescita della regionale Rete dell'alta tecnologia aggregata nelle sei piattaforme regionali di ricerca industriale..." (cfr. A. Bonomi op. cit. pag. 156). L'analisi dell'informativa ex-ante dei piani degli attori economici consente a tutti di pianificare le strategie di medio periodo in un ambiente con maggiori punti di riferimento noti e quindi con molta minore incertezza.

Il secondo riguarda la Toscana ed è recentissimo; l'8 settembre a Firenze gli economisti Marco Buti, Stefano Casini Benvenuti e Alessandro Petretto, hanno presentato il "Manifesto per la reindustrializzazione della Toscana". La situazione della Toscana è per molti versi simile a quella dell'orvietano: "la crescita già da molti anni sta rallentando con un'occupazione che aumenta (poco) ma con produttività ferma: "le conseguenze sono salari fermi se non addirittura in diminuzione", spiega Casini Benvenuti, "tra le tante motivazioni di questo andamento vi è anche il fatto che le scelte imprenditoriali sono andate sempre più verso settori meno rischiosi, come quelli legati al turismo e a molti servizi alla persona abbandonando settori per lungo tempo strategici per la nostra economia".

Le variabili sulle quali, secondo il "Manifesto", si dovrebbe agire, creando un concerto tra gli attori coinvolti sono: il contenimento dei costi energetici anche facilitando lo sviluppo di fonti alternative, attivare l'economia della rete anche per mitigare la dipendenza dall'import delle imprese, intervenire sui processi formativi con ricadute sulla possibilità di avviare start-up, coinvolgere il settore finanziario per orientare il risparmio territoriale al sostegno degli investimenti di prossimità. Tale approccio è "ora stato replicato anche nelle Marche" (Cfr. Il Sole 24 Ore, 24/09/25, pag. 24).

Come si vede, **il modo di produzione del capitalismo digitale interpella direttamente la politica chiamandola ad agire: si tratta di pianificare e operare nella direzione della ricerca di un nuovo equilibrio tra la città dei flussi economici e quella dei residenti.**

4. Il capitalismo delle piattaforme e la pianificazione economica per territori

Il nuovo assetto del modo di produzione è ubiquo alle varie tematiche di politica economica: non solo riattribuisce rilevanza all'agire della politica nella mediazione tra gli attori che partecipano alla piattaforma ma richiede di ripensare l'oggetto stesso della pianificazione; la definizione di un **modo di competere che non è più semplicemente territoriale ma di "geografia virtuale"**, cioè non necessariamente implicante la prossimità fisica ma piuttosto quella digitale, impone di **ripensare l'approccio per "territori", su cui si basa anche la logica dell'azione per le "aree interne"**: si deve tenere conto e implementare una strategia che tenga conto che nella fase del capitalismo delle piattaforme sono queste a competere e non i territori geograficamente intesi.

Il cambiamento nel modo di produzione genera, quindi, due conseguenze pervasive: a) la prima, che la pianificazione territoriale perde di rilevanza se non tiene conto che le distanze chilometriche sono rese molto meno rilevanti dalla connessione digitale; b) la seconda, che lo spazio da sottoporre a pianificazione non è oggettivamente dato ma dipende dalla geografia virtuale delle piattaforme, pertanto può essere modulato dalla politica. In particolare, la sub. a) induce una contraddizione immanente alla pianificazione per territorio: la politica si rivolge a un dato localismo ma deve tenere conto dello spazio virtuale creato dal capitalismo delle piattaforme: è necessario ripensare il modo di progettare le strategie delle "Aree Interne".

Questo aspetto crea difficoltà non trascurabili: ciò discende dal fatto che, in ogni caso, quello che rileva è la posa in essere di una politica che riguarda necessariamente un dato territorio - pur se le aziende dello stesso potranno partecipare a svariate piattaforme ed essere connesse con aziende di altri territori - ma tenendo conto della rete di connessioni che può andare oltre il territorio stesso.

5. I dati ISTAT

"Sul tema della classificazione delle piattaforme digitali per settore merceologico, l'esperienza pilota del censimento 2018 dell'Istat può essere messa a confronto con uno studio dell'Ocse condotto direttamente sulle piattaforme digitali, piuttosto che sulle imprese fornitrici. La ricerca Ocse ha concentrato l'analisi su 1.400 piattaforme digitali presenti in 43 Paesi, raccogliendo le informazioni disponibili e derivandone una classificazione in termini di attività economiche potenzialmente afferenti alle piattaforme stesse, distinte in 8 settori merceologici" (Cfr. ISTAT, op. cit.). Per confronto, sono presentati alcuni risultati sintetici del censimento sulle imprese Istat 2018. Evans e Gawer (The Rise of the Platform Enterprise, 2016):

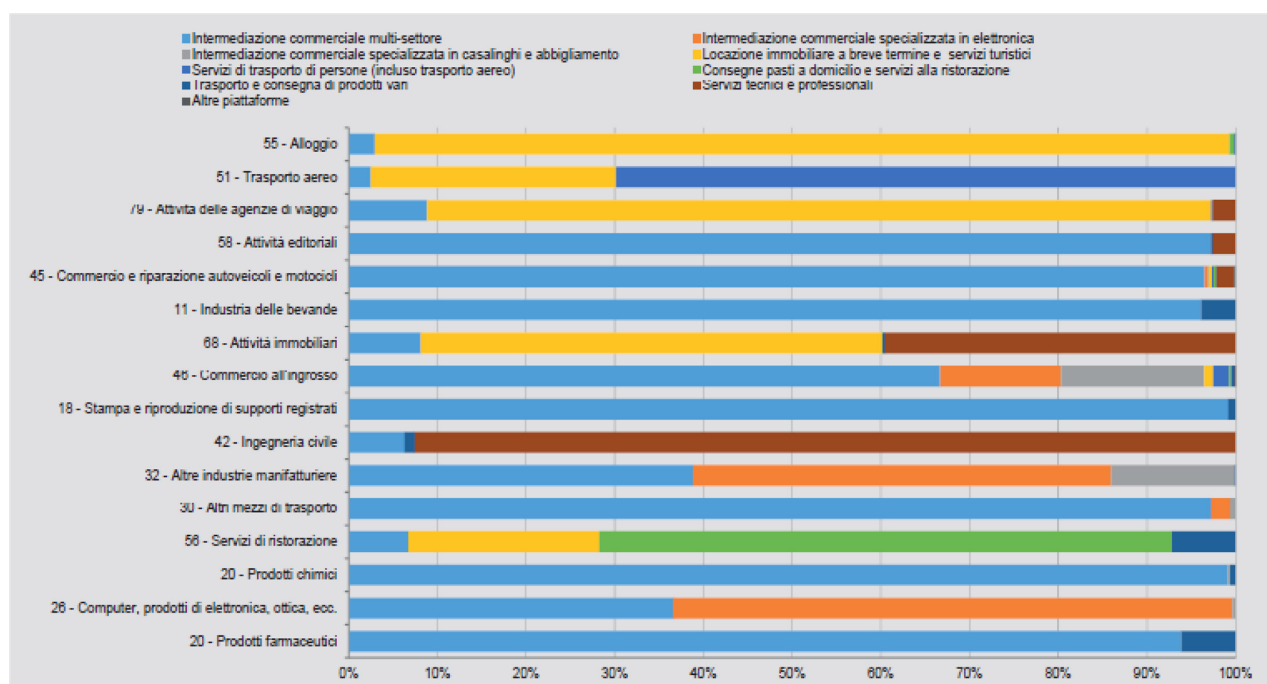
TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	ESEMPI
Piattaforme di transazione	Tecnologie, prodotti o servizi che operano come collegamenti (o intermediari) al fine di facilitare gli scambi o le transazioni tra utilizzatori, clienti o fornitori.	Uber, AirBnB, Ebay.
Piattaforme di innovazione	Tecnologie, prodotti o servizi che rendono possibile a un gruppo di imprese – potenzialmente identificabili come partner di un ecosistema innovativo ^a – di sviluppare tecnologie, prodotti o servizi complementari tra loro.	Microsoft, Linux, Oracle.
Piattaforme di integrazione	Tecnologie, prodotti o servizi che integrano una funzione di transazione e una di innovazione.	Apple, Alphabet, Amazon, Facebook.
Piattaforme di investimento	Imprese con una strategia di portafoglio basata sull'investimento in piattaforme digitali (operando come <i>holding companies</i> , investitori in capitale di rischio o in entrambe le funzioni).	Softbank, Naspers, Priceline.

Fonte: Evans & Gawer (2016)

a) Una definizione ampiamente adottata è quella di Still et al. (2014): "the inter-organizational, political, economic, environmental, and technological systems of innovation through which a milieu conducive to business growth is catalysed, sustained and supported".

Come si vede, vi sono svariate tipologie di piattaforme, **non solo quelle tipiche per la commercializzazione**, per ogni obiettivo attribuibile alla strategia dell'impresa.

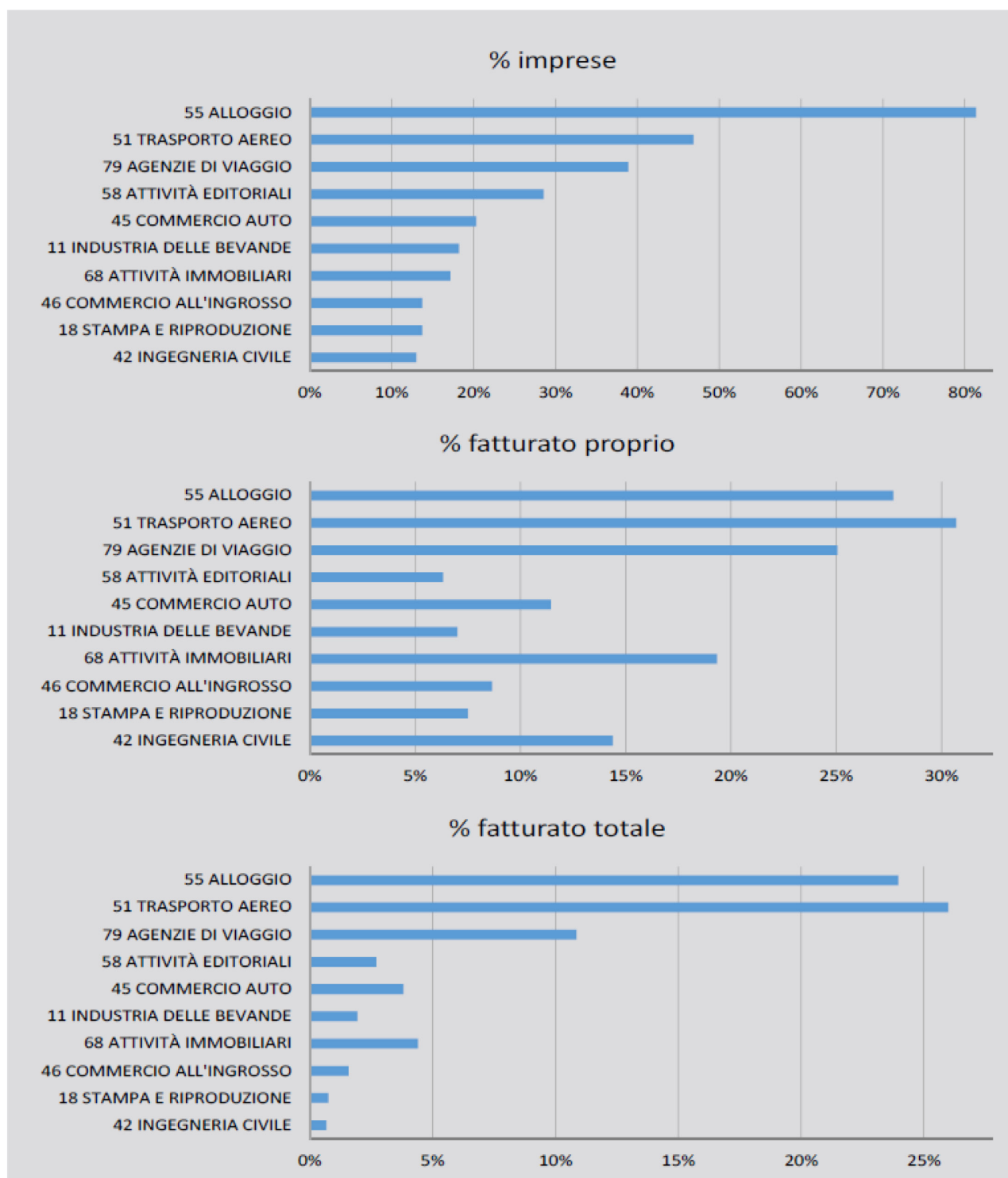
Nel grafico si riportano le imprese con almeno tre addetti che operano sulle piattaforme territoriali, anno 2018:



Fonte: Istat, Censimento permanente delle unità economiche 2018.

“Mentre esistono piattaforme specializzate nella vendita di servizi ricettivi o di affitto a breve termine che assorbono quasi integralmente l'offerta delle imprese del settore dell'alloggio turistico, le imprese che offrono servizi turistici – ad esempio, sia quelle del trasporto (incluso il trasporto aereo), che le agenzie di viaggio – utilizzano piattaforme digitali multi-business dove è ormai possibile pianificare un viaggio o una vacanza acquistando contestualmente trasporto, alloggio e servizi aggiuntivi (biglietti per eventi/monumenti, visite guidate, assicurazioni, ecc.). Il settore turistico si conferma comunque leader nell'utilizzo di piattaforme digitali. In misura inferiore al settore turistico, altre tre attività economiche confermano la loro crescente dipendenza dal commercio elettronico in generale e, in misura minore, dalle piattaforme digitali. Si tratta delle attività editoriali (vendita di libri online, diffusione di e-book), del commercio di autoveicoli (soprattutto per la compravendita di auto usate) e della produzione di bevande, tra cui assume particolare rilievo la commercializzazione di vino in bottiglia che può giovare, grazie ad Internet, di una significativa riduzione della catena distributiva” (Cfr. ISTAT, op. cit.).

Percentuale sul totale delle imprese per attività economica (Divisione Ateco), percentuale del fatturato realizzato tramite piattaforme sul proprio fatturato complessivo e percentuale del fatturato realizzato tramite piattaforme sul totale del fatturato a livello di Divisione Ateco (solo imprese con almeno 10 addetti). Anno 2018.



Fonte: Istat, Censimento permanente delle unità economiche 2018.

Il comparto turistico e della mobilità è quello più direttamente investito dal fenomeno delle piattaforme, specie con finalità di scambio. Le imprese dei servizi ricettivi con oltre 3 addetti (divisione Ateco

55) vendono, infatti i loro servizi su piattaforme per oltre l'80 per cento dei casi. Tale attività economica è seconda per quota totale di fatturato (24 per cento) e fatturato medio (27,7 per cento). Ciò è dovuto anche alla disponibilità dei dati sulle percentuali di fatturato per le sole imprese con almeno 10 addetti. L'attività economica che risulta seconda per incidenza di imprese su piattaforma (46,9 per cento), ma prima per fatturato totale (26 per cento) e medio (30,7 per cento), è quella del trasporto aereo (divisione Ateco 51). Si segnala per un fatturato medio piuttosto elevato (25,1 per cento) l'attività economica delle agenzie di viaggio (divisione Ateco 79) che ha una presenza complessiva sulle piattaforme digitali del 38,9 per cento e una quota di fatturato totale del 10,9 per cento. Le altre attività economiche hanno un utilizzo delle piattaforme (o di fatturato derivante da vendite sulle piattaforme digitali) nettamente inferiore a quelle delle tre attività economiche leader.

Alcune attività economiche con una presenza sulle piattaforme comunque superiore al 10 per cento hanno percentuali di fatturato derivante da vendite su piattaforma digitale assai ridotte o quasi nulle. Si tratta di imprese in settori come l'editoria, il commercio di autoveicoli, o la produzione di bevande e alimentari per le quali si può ipotizzare l'adozione di strategie di commercializzazione multi-canale che prevedono la presenza su piattaforme digitali internazionali con finalità prevalentemente pubblicitarie per poi incanalare la maggior parte delle vendite online sui propri siti web.

Al contrario, vi sono attività economiche con una ridotta presenza di imprese sulle piattaforme digitali ma che realizzano, tramite questo canale di vendite, quote significative di fatturato (tra il 15 e il 25 per cento). I settori sono quelli della produzione di software, del noleggio di macchinari, delle telecomunicazioni, del trasporto marittimo e dei servizi informatici in genere. È evidente, per queste attività economiche, il ruolo di alcune grandi imprese che generano quote di fatturato rilevanti operando, spesso, su piattaforme digitali specializzate.

6. Conclusioni

Nella fase fordista, la competizione è tra spazi oggettivamente determinati: il territorio di riferimento con i suoi mercati e la dimensione dell'impresa manifatturiera; in tal senso, il perimetro di definizione è determinato e la politica può attivare altre leve ma non quella di "stabilire i confini del campo di gioco".

Invece, nella fase del capitalismo digitale, la piattaforma diviene una sorta di "territorio virtuale", reso tale dalla rete, definibile in funzione delle connessioni e degli attori che si riesce a coinvolgere: Heidegger in "Essere e tempo" (1927) si domanda se l'essere «prima abita e poi pensa il territorio o se prima lo pensa e poi lo abita». Nell'interrogativo sollevato c'è tutta l'ambivalenza della parola "territorio", imbevuta di un sincretismo che la rende ambigua: è sia comunità, risaldata dal DNA ideale della comune provenienza, sia dimensione spaziale della cittadinanza politica di rete, definita dalle nuove tecnologie digitali e declinata secondo modalità diverse da quelle del mero geograficismo; nella transizione lo spazio va pensato e costruito con le relazioni di rete tra i vari attori implicati. Per la politica si ri-aprono maggiori spazi di dispiegamento. Di fatto, le piattaforme produttive non sono altro che il tentativo dei contesti locali di coniugare tradizioni produttive di lungo periodo con le nuove istanze dettate da processi di modernizzazione digitale, drammaticamente selettivi nella competizione tra aziende.

Gli esempi concreti riportati si muovono nel crinale tra la competizione tra imprese e quella tra piattaforme. Mentre l'economia nutrendosi della schumpeteriana "distruzione creatrice" sprigiona flussi che tendono alla globalità e al rigetto del controllo, la politica imposta, regola, controlla: entrambe, economia e politica, funzionano insieme e sono impotenti prese singolarmente, come le due lame di una forbice.

Si apra, pertanto, un tavolo tra rappresentanti degli imprenditori, dei lavoratori, associazioni attive sul territorio, scuole, enti di formazione, per stabilire insieme la rotta; poi ci si metta per "l'alto mare aperto" dei mercati: come ci rammenta Seneca, "non c'è mai vento a favore per il marinaio che non sa qual è il suo porto."...

Attribuzione - Non commerciale

Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale (CC BY-NC-SA 4.0)



Tu sei libero di:

Condividere — riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato

Modificare — remixare, trasformare il materiale e basarti su di esso per le tue opere.

Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che tu rispetti i termini della licenza.

Note:

Non sei tenuto a rispettare i termini della licenza per quelle componenti del materiale che siano in pubblico dominio o nei casi in cui il tuo utilizzo sia consentito da una eccezione o limitazione prevista dalla legge.

Non sono fornite garanzie. La licenza può non conferirti tutte le autorizzazioni necessarie per l'utilizzo che ti prefuggi. Ad esempio, diritti di terzi come i diritti all'immagine, alla riservatezza e i diritti morali potrebbero restringere gli usi che ti prefuggi sul materiale.

Alle seguenti condizioni:



Attribuzione — Devi riconoscere una menzione di paternità adeguata, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate delle modifiche. Puoi fare ciò in qualsiasi maniera ragionevole possibile, ma non con modalità tali da suggerire che il licenziante avalli te o il tuo utilizzo del materiale.



NonCommerciale — Non puoi utilizzare il materiale per scopi commerciali.



StessaLicenza — Se remixi, trasformi il materiale o ti basi su di esso, devi distribuire i tuoi contributi con la stessa licenza del materiale originario.

Divieto di restrizioni aggiuntive — Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che impongano ad altri soggetti dei vincoli giuridici su quanto la licenza consente loro di fare.

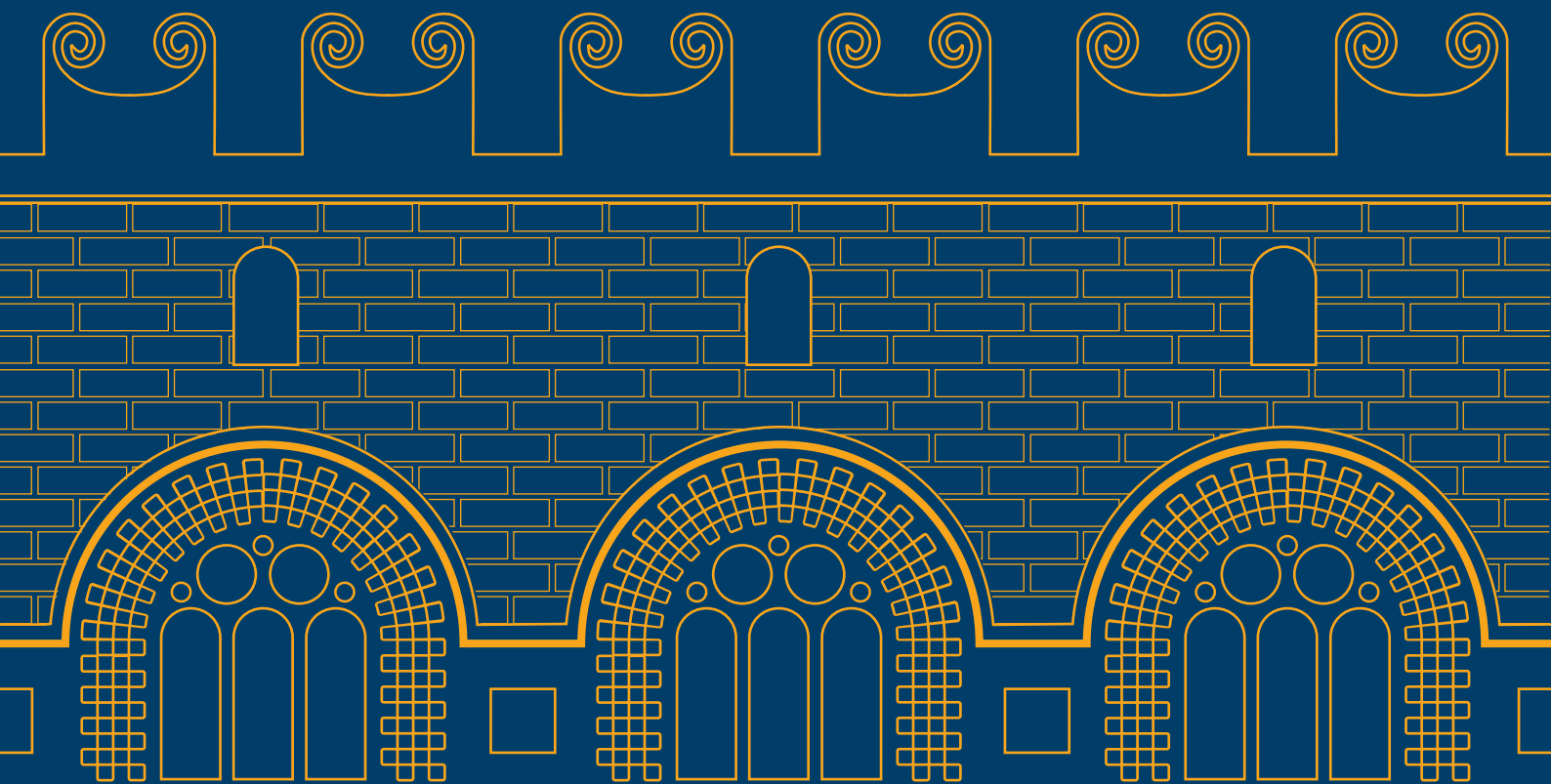
Cittadinanza Territorio Sviluppo - Impresa sociale

ETS - Ente del Terzo settore

Sede legale: Via del Fosso, 7 - 05018 Orvieto (TR) - **P.Iva e C.F. :** 01677480558

Codice Univoco: M5UXCR1 - **PEC:** cts-impresasociale@pec.it

Website: www.osservatoriocts.it - **Email:** info@osservatoriocts.it



Cittadinanza
Territorio
Sviluppo
Impresa sociale

<https://www.osservatoriocts.it>