

## **Primo Rapporto sull'impresa sociale in Italia**

### **Un'anteprima dei principali contenuti. Un confronto sulle questioni aperte**

*A cura di Iris Network*

L'impresa sociale è un fenomeno che, più di altri, richiede di essere conosciuto e monitorato attraverso un rapporto. Si tratta infatti di una realtà estremamente dinamica che si sviluppa grazie a una notevole varietà di forme organizzative e di beni prodotti. La sua rappresentazione è però ancora incompleta anche per le difficoltà applicative della recente riforma legislativa (legge n. 118/05 e successivi decreti) e per l'assenza di adeguate politiche di sviluppo. Le carenze del contesto istituzionale non hanno comunque impedito l'affermazione di questo inedito modello imprenditoriale, dimostrando che *esiste un importante spazio di azione per organizzazioni private che, senza scopo di lucro, producono e scambiano in via continuativa beni e servizi in vista di obiettivi di interesse generale. Accanto all'esperienza ormai consolidata della cooperazione sociale nei sistemi di welfare, si stanno affacciando alla ribalta nuove forme di imprenditorialità sociale che allargano la gamma dei prodotti in campi come la cultura, l'educazione, l'ambiente, ecc. e innovano i modelli gestionali e gli assetti di governance.*

*Esplorare il potenziale di sviluppo* è quindi l'obiettivo di questa prima edizione del Rapporto sull'impresa sociale curato da Iris Network, una rete che associa le più qualificate strutture di ricerca che negli ultimi anni hanno contribuito, sul versante della conoscenza, all'affermazione dell'imprenditoria sociale, ponendo l'Italia in posizione di leadership a livello internazionale.

### **Lo spazio dell'impresa sociale**

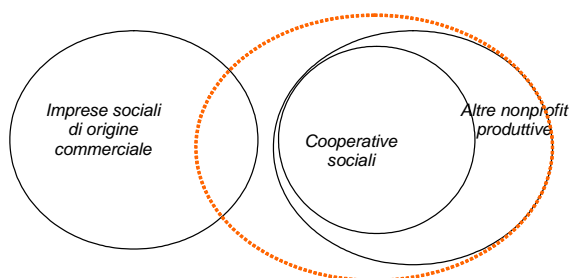
Per analizzare le traiettorie evolutive e gli scenari futuri dell'impresa sociale è necessario, oltre a condividere una chiara definizione, *conoscere le sue dimensioni in termini di numero di imprese, addetti, prodotti / servizi, giro d'affari, ecc.* Non esistendo però un'unica banca dati occorre procedere per approssimazioni successive interrogando diverse fonti.

I dati più precisi riguardano *la cooperazione sociale*, ovvero il modello di impresa a finalità sociale fin qui più diffuso e consolidato. Secondo gli ultimi dati Istat aggiornati a fine 2005, si tratta di oltre 7.300 imprese, con un aumento del 33,5% rispetto al 2001. Nelle cooperative sociali lavorano 244mila persone a titolo retribuito e 34mila volontari per un giro d'affari pari 6,4 miliardi di euro. I beneficiari sono oltre 3,3 milioni di cittadini: la quasi totalità sono utenti di servizi socio assistenziali sanitari ed educativi, mentre invece sono poco più di 30mila i lavoratori svantaggiati che seguono un percorso di inserimento lavorativo.

La fenomenologia dell'impresa sociale non si risolve solamente nell'ambito, seppur rilevante, della cooperazione sociale. Si possono infatti osservare evoluzioni in senso imprenditoriale che riguardano *altri soggetti nonprofit* che operano in settori diversi dai servizi sociali o per l'inserimento al lavoro di fasce deboli, come dimostrano le rilevazioni esplorative realizzate da Iris Network in collaborazione con Unioncamere e Istat.

Ad esempio, *considerando le sole fondazioni* emerge che sono oltre 2.600 quelle di carattere operativo con almeno un addetto (più della metà del totale) e di queste quasi 1.000 operano nel settore dell'istruzione e della ricerca. È dunque più che attendibile il dato di *oltre 10.000 imprese sociali di origine nonprofit* inserite nel sistema informativo Excelsior di Unioncamere sui fabbisogni formativi e professionali.

Lo spazio dell'impresa sociale



Il Rapporto mette in luce un potenziale tutt'altro che trascurabile, anche se in gran parte ancora da realizzare. In tal senso un ruolo rilevante è giocato dalla *legge in materia di impresa sociale*. La nuova normativa consente di svolgere attività d'impresa per la produzione di "beni di utilità sociale" finalizzati a obiettivi di "interesse generale". Per diventare impresa sociale è necessario assumere alcuni importanti vincoli: il settore di intervento (scegliendo tra "materie di particolare rilievo sociale" come servizi sociali, cultura, istruzione e formazione,

turismo sociale, ecc.); l'informazione e il coinvolgimento di diversi stakeholder (lavoratori e beneficiari delle attività); la destinazione degli utili non ai soci ma a investimento per lo sviluppo dell'impresa; il rendiconto economico ed anche sociale delle attività. A queste condizioni *tutte le forme giuridiche, comprese quelle di origine commerciale, possono assumere la veste di impresa sociale*.

L'assenza di incentivi specifici, unita alla scarsa conoscenza della legge hanno però fin qui limitato le iscrizioni agli appositi registri camerali soprattutto da parte di quelle organizzazioni, come le cooperative sociali, che già operano in forma imprenditoriale. I dati dell'ultima edizione dell'Osservatorio Isnet sull'impresa sociale – che monitora da 3 anni un campione rappresentativo di 400 cooperative sociali – informa che oltre il 60% conosce poco o per nulla la nuova normativa, anche se cresce dal 15% al 21% la quota di organizzazioni per cui la legge è positiva e rappresenta un'opportunità. La conoscenza dipende soprattutto dalle azioni promozionali messe in atto dalle organizzazioni di rappresentanza del settore (indicate dal 37% delle cooperative sociali intervistate) e dalla possibilità di accedere a materiali informativi, soprattutto online (23%).

Le valutazioni sulla legge n. 118/05

	2009	2008	2007
E' positiva e rappresenta una opportunità	21,0%	18,5%	15,5%
Non la condivido	5,0%	8,0%	14,5%
Non la conosco abbastanza	49,8%	47,8%	49,3%
Non la conosco per niente	12,8%	14,3%	14,3%
Non so, dipende dagli sviluppi	8,0%	4,3%	n.r.
E' interessante ma non per le coop sociali	2,8%	n.r.	n.r.
Non introduce cambiamenti per le coop sociali	n.r.	5,0%	n.r.
La condivido solo in parte	0,8%	2,0%	n.r.
Altro	0,0%	0,3%	6,5%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Osservatorio Isnet

Pur in presenza di un quadro normativo e di sostegno allo sviluppo ancora incompleto, a fine aprile 2009 sono comunque 501 le organizzazioni che hanno assunto la nuova "etichetta giuridica" di impresa sociale. Si tratta soprattutto di scuole paritarie divenute imprese sociali grazie ad incentivi contenuti nella legge finanziaria 2007.

## Il riepilogo dei dati

fonte	imprese	lavoratori	utenti	giro d'affari (mil di €)	commenti
- Imprese sociali iscritte ai registri camerali ai sensi della legge n. 118/05 [Unioncamere, 2009]	501	-	-	-	Camere di commercio e Ministero dello sviluppo economico stanno definendo procedure e documentazione per l'iscrizione ai registri
- Imprese sociali iscritte al Registro imprese-REA [Unioncamere, 2005]	10.151	296.500	-	-	Rilevazione compiuta nell'ambito del progetto Excelsior sui fabbisogni professionali e formativi
- Imprese sociali tradizionali (cooperative sociali) [Istat, 2005]	7.363	244.223	3.332.692	6.381	Sorte a partire dagli anni '80 sono un punto di riferimento a livello nazionale ed europeo
- Imprese sociali con altre forme giuridiche nonprofit [Istat, 2005]	2.632	-	-	-	Oltre alle fondazioni sono da considerare anche altre forme giuridiche nonprofit (come le organizzazioni di volontariato)
- Imprese sociali con veste giuridica commerciale	-	-	-	-	Di difficile quantificazione (escluse quelle già iscritte) anche per la difficoltà ad approssimare i settori di attività con i codici Ateco del sistema camerale
- Stime al 2009	20.000	300.000	5.000.000	10.000	Di cui almeno 3/4 di origine nonprofit (cooperative sociali e altre) e la parte rimanente costituita a partire da forme giuridiche commerciali

## Spunti per la discussione

La sfida principale consiste non solo nell'applicazione del dettato normativo, ma anche nella costruzione di "un'agenda di politiche" sia a livello nazionale che locale. Iris Network ha contribuito al dibattito individuando alcuni ambiti di azione.

Il primo ambito riguarda la conoscenza del fenomeno, oggi limitata a un ristretto gruppo di "addetti ai lavori". Si tratta di prevedere iniziative di carattere informativo e promozionale che sappiano comunicare anche a nuovi interlocutori le opportunità dell'impresa sociale. Esistono a tal proposito alcuni "target" privilegiati. Il primo è costituito dal terzo settore, in particolare da alcune soggettività che hanno già caratteristiche spiccatamente imprenditoriali anche se magari non sempre esiste una chiara consapevolezza rispetto alle potenzialità derivanti da questa dimensione. Allo stesso modo anche quei soggetti nonprofit a valenza imprenditoriale possono trovare nella normativa uno strumento per dar vita a nuove iniziative attraverso forme giuridico - organizzative che possono sostenere, ad esempio, investimenti significativi in nuovi settori, senza per questo rinunciare alle

prerogative legate alla propria mission. Superando i confini del nonprofit un soggetto particolarmente interessante, anche se fin qui poco coinvolto in questo processo, è il settore for profit che può fruire dell'opportunità sia di partecipare, seppur in posizione di minoranza come stabilisce la legge, alla costituzione di imprese sociali come spin-off a valenza sociale (ad esempio una fondazione operativa d'impresa), sia di avvalersi della specializzazione operativa delle imprese sociali per iniziative di Corporate Social Responsibility.

*Un secondo ambito di intervento riguarda la promozione e il sostegno all'innovazione.* Se si analizza questa tematica secondo i canoni classici dell'innovazione di prodotto e di processo si può ribadire, sul primo fronte, l'opportunità di dar vita a iniziative progettuali per sostenere l'avvio e il consolidamento di imprese sociali nei nuovi settori, ecc. facendo leva sul fatto che, soprattutto in ambito nonprofit, sono già presenti iniziative e idee imprenditoriali. Per quanto riguarda invece l'innovazione di processo è possibile prevedere politiche in grado di sostenere gli elementi portanti che definiscono le peculiarità dell'impresa sociale in quanto nuova forma istituzionale. In questo contesto il tema centrale riguarda la diffusione e il consolidamento di assetti organizzativi e di governance che prevedano la partecipazione di diverse tipologie di stakeholder. Le indagini confermano infatti che la capacità di "coalizzare" in forma relativamente stabile portatori di interesse quali lavoratori, volontari, fruitori dei servizi, finanziatori, ecc. rappresenta una condizione di efficacia rilevante per la produzione di beni ai quali sono riconosciuti attributi di "interesse generale" e "utilità sociale".

Terzo capitolo per un'ipotetica agenda di politiche per l'impresa sociale riguarda tutte quelle *misure che intendono rafforzare il ruolo di queste imprese nei sistemi di governance territoriale.* In questo ambito si concentra una gran parte dei limiti e delle potenzialità legati al rapporto con la pubblica amministrazione. Da una parte le imprese sociali hanno saputo sviluppare relazioni molto consistenti con le autorità pubbliche, soprattutto a livello locale, ma queste stesse relazioni si risolvono in via quasi esclusiva attraverso la sottoscrizione di contratti di fornitura di beni e servizi spesso gestiti attraverso procedure amministrative poco sensibili agli elementi qualitativi dell'offerta e alle peculiarità del produttore. Sono invece ancora limitate ad alcuni casi di "buone prassi" forme di relazione tra pubblica amministrazione e imprese sociali finalizzate alla programmazione delle politiche, nonostante lo stimolo proveniente dalla legge di riforma dei servizi sociali (n. 328/00) e iniziative di amministrazione condivisa per la gestione di progettualità complesse ad alto contenuto innovativo (come quelle co-finanziate dai fondi strutturali comunitari).

Quarto e ultimo ambito di intervento consiste nella *gestione del capitale umano* che nelle imprese sociali assume una particolare rilevanza. Si tratta infatti di organizzazioni ad alta intensità di manodopera dove coloro che contribuiscono alla produzione di beni ad elevata intensità relazionale sviluppano competenze e aspettative legate all'autonomia e creatività nella gestione del lavoro, alla qualità delle relazioni con i diversi soggetti coinvolti nei processi produttivi (colleghi, beneficiari, finanziatori, ecc.), alla partecipazione alla gestione dell'impresa. Occorre quindi prevedere politiche, ad esempio rispetto alla gestione del tempo e all'organizzazione del lavoro, che mirino al consolidamento di un peculiare modello di "relazioni industriali" che è in grado di soddisfare elementi motivazionali complessi, non riconducibili solamente al parametro della retribuzione economica ma a motivazioni di natura intrinseca legate alla ricerca di una maggiore qualità delle relazioni con le persone e con l'organizzazione nel suo complesso.

## Le proposte

- *Promozione di una campagna informativa a livello nazionale che, facendo leva sulla nuova legge, faccia conoscere l'impresa sociale.*
- *Armonizzazione delle agevolazioni e dei benefici di legge riconosciuti alle diverse forme di impresa sociale (ad esempio quelli riconosciuti alle Onlus), per favorire una maggiore fruibilità dei diversi modelli.*
- *Ampliamento ulteriore delle "materie di particolare rilievo sociale" che definiscono l'attività di impresa sociale (ad esempio il commercio equo).*
- *Adozione di un bando nazionale per il finanziamento di progetti innovativi di imprenditorialità sociale.*
- *Estensione alle imprese sociali delle agevolazioni per la costituzione e l'avvio d'impresa e per la creazione di reti e distretti*
- *Possibilità di accedere alle risorse pubbliche attraverso forme di amministrazione condivisa, ma anche di avvalersi di ulteriori risorse che sostengono in modo determinante la produzione di beni e servizi (ad esempio donazioni).*
- *Definizione chiara delle competenze e avvio delle attività da parte degli organismi ai quali sono attribuiti compiti in materia di vigilanza, monitoraggio e raccolta periodica di dati: ministeri competenti, regioni, camere di commercio, ecc.*

---

## Primo Rapporto sull'impresa sociale in Italia

*Editore:* Donzelli

*Uscita:* settembre 2009 in occasione del "Workshop nazionale sull'impresa sociale"

*Coordinamento editoriale e delle indagini:* Carlo Borzaga, Flaviano Zandonai