

Impresa sociale. Un rapporto di Iris Network evidenzia la crescita nei settori previsti dalla legge 118/05

Prove tecniche di mercato

Oltre 120mila tra profit e non profit in campo nei servizi alla persona

Elio Silva

Conta oltre 120mila realtà, tra profit e non profit, il potenziale di imprenditoria sociale del nostro paese. La quantificazione, inedita pur nella gran mole di studi e analisi sull'impresa sociale, giunge dal secondo Rapporto nazionale di Iris Network, la rete degli istituti di ricerca con sede nell'università di Trento, appena pubblicato per le edizioni Altreconomia. Il dossier, che si basa sui più recenti dati di Unioncamere e dello stesso consorzio, identifica un bacino, corrispondente alle tipologie dei servizi di utilità sociale enumerati dalla legge n.118/05, all'interno del quale operano 12.577 soggetti che hanno la qualifica, o comunque la dicitura di impresa sociale o coop sociale, altri 22.500 enti non profit di natura produttiva e, contestualmente, circa 88.500 imprese profit attive nello stesso business.

«Le cifre dimostrano senza ombra di dubbio che quello dei servizi alla persona è un mercato vero», spiega Paolo Venturi, direttore di Aiccon, che firma il rapporto a quattro mani con Flaviano Zandonai, segretario di Iris Network. «I numeri sono grandi perché la domanda è forte: se è vero che proviene per quasi la metà dalla sfera pubblica, quindi da attività in convenzione, è altrettanto vero che persone e famiglie pesano per il 38,8% e questa clientela pagante, diretta, non intermediata è ormai in grado di orientare e selezionare i servizi».

Ciò detto, va tenuto presente che i due mondi (profit e non profit), che pur si incrociano sul medesimo terreno, operano con finalità e modalità diverse: per questo l'impresa so-

ciale, che presenta numeri inferiori, riesce tuttavia a garantire una dinamica occupazionale migliore e prevale nell'offerta dei servizi gratuiti o a pagamento differenziato, come è naturale vista la spinta all'equità che deriva dalla natura non profit.

Come sintetizza Flaviano Zandonai, dunque, «la parte core del settore è costituita da uno zoccolo duro di cooperative sociali, un modello storicizzato di impresa, che ha fatto scuola anche a livello europeo. A ridosso, sempre più ravvicinate, le classiche organizzazioni non profit, dalle associazioni alle fondazioni, che sono iscritte ai registri Rea delle Camere di commercio e hanno assunto una dimensione produttiva. Collateralmente, sono attive oltre 88mila imprese che hanno trovato il proprio business in settori ad elevato rilievo sociale, dai servizi alla persona all'educazione, dai beni culturali all'ambiente. Questo non significa, ovviamente, che le une debbano mettersi a fare il lavoro delle altre, ma diventa urgente interrogarsi sulle vie per creare valore condiviso».

Una direzione di marcia viene indicata, in proposito, dallo stesso Venturi: «Nel non profit italiano, rispetto al modello inglese, risulta particolarmente debole la capacità di instaurare relazioni di filiera tra il profit e l'impresa sociale, che invece sarebbero estremamente preziose e, senza snaturare le rispettive finalità, potrebbero apportare un elevato valore aggiunto, sia per gli attori direttamente impegnati, sia per la comunità. Il nodo del pluralismo delle forme di impresa, dunque, resta in gran parte da sciogliere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La geografia

Tipologia	Numero
Imprese costituite ai sensi della legge numero 118/05	365
Altre imprese con la dicitura «Impresa sociale»	404
Cooperative sociali costituite ai sensi della legge n. 381/91	11.808
Organizzazioni non profit diversi dalle coop sociali	22.468
Imprese for profit operative nei settori di attività della legge n. 118/05	88.445

Il profilo

Fondatori	%
Una singola persona	18,5
Un gruppo di persone con ideali comuni	68,1
Un gruppo di persone alla ricerca di lavoro	1,3
Un gruppo di utenti/consumatori	1,2
Un'associazione	7,5
Una fondazione	1,8
Un consorzio o una federazione	0,8
Un ente pubblico	0,3
Una o più imprese for profit	0,5
Totale	100

I clienti

Tipo di utenti	%
Persone e famiglie	38,8
Dettaglianti e catene di distribuzione	1,5
Altre imprese industriali	5,5
Enti pubblici	49,2
Altro	5,0
Totale	100,0

Fonte: Iris Network