



COMUNICATO STAMPA

Economia sociale: numeri e strategie post pandemia

In Piemonte operano circa 5.500 forme organizzative a impatto sociale, soprattutto nell'ambito dell'associazionismo e del volontariato, in crescita dell'11% rispetto al 2019. Il terzo settore produttivo piemontese, composto da imprese e cooperative sociali, conta circa 1.000 realtà, che nel 2020 hanno generato 1,8 miliardi di fatturato e impiegato 57mila addetti.

www.to.camcom.it/impresesociali2021

Torino, 7 dicembre 2021 *** Presentati oggi in una conferenza stampa on line i dati relativi alle indagini realizzati dalla Camera di commercio di Torino e da Isnet (Associazione per lo sviluppo delle imprese sociali) sull'articolato mondo dell'economia sociale. Oltre ad una mappatura sulle realtà operanti in questo ambito, sono stati analizzati i modelli di impresa sviluppati a seguito della pandemia e la diffusione degli acquisti a impatto sociale.

*"Con 1,8 miliardi di fatturato, il terzo settore produttivo piemontese impiega 57mila addetti, concentrati soprattutto nelle cooperative sociali - spiega **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino. - Un settore di tutto rilievo, quindi, che seguiamo da anni, con indagini e iniziative dedicate, investendo anche sulla formazione di chi è chiamato a dare un valore all'impatto sociale generato da queste realtà. Sosteniamo inoltre fin dalla nascita la Piattaforma Torino Social Impact, che quest'anno ha realizzato importanti risultati: lo sviluppo del Centro di Competenza per la valutazione dell'impatto sociale, il posizionamento europeo dell'ecosistema territoriale tramite relazioni molto strutturate e la consegna di progetti in condivisione tra i partner".*

*"Ad oggi Torino Social Impact conta 170 partner tra imprese sociali, acceleratori ed incubatori, enti pubblici, fondazioni ed istituzioni finanziarie, start up, atenei, spazi e reti di competenze, associazioni ed aziende che compongono un ecosistema sempre più attrattivo ed innovativo nel campo dell'innovazione sociale e dell'economia di impatto - aggiunge **Mario Calderini**, portavoce di Torino Social Impact. - I dati presentati oggi sono utili e importanti perché servono a indirizzare con efficacia le azioni di TSI, selezionando i progetti che possono portare i maggiori risultati, come ad esempio il programma di social procurement rivolto al mondo delle imprese sociali".*

La mappatura

In Piemonte l'insieme delle forme organizzative a impatto sociale è composto da quasi 5.500 unità, di cui all'incirca 2.300 nella città metropolitana di Torino. Rispetto al 2019 si registra un incremento di circa **l'11% per il Piemonte e del 14% per l'area torinese.** L'incremento è determinato soprattutto dalla crescita avvenuta nel mondo dell'associazionismo e del volontariato, in particolare delle Associazioni di Promozione Sociale (APS)¹.

¹ La ragione è da trovarsi nell'iscrizione di molte APS, prima inserite soltanto nel Registro Nazionale, nei registri regionali al fine di beneficiare della prevista trasmigrazione da quest'ultimi verso il nuovo Registro Unico del Terzo Settore (RUNTS).

		Forme organizzative a impatto sociale in Piemonte							
		Imprenditorialità a impatto sociale					Terzo settore non imprenditoriale		
		Terzo settore produttivo		Ibridi giuridicamente definiti			Associazioni di promozione sociale	Organizzazioni di volontariato	
Coop sociali	Imprese sociali	SIAMS	Società Benefit	Bcorp					
Piemonte	2021	874	132	24	34	8	917	3.504	
	2019	919	112	22	15	4	583	3.298	
CMTO	2021	393	86	17	19	2	488	1.272	
	2019	429	64	16	7	2	296	1.182	

Se si considera il solo insieme del Terzo Settore produttivo (**imprese e cooperative sociali**), si ottiene un bacino di poco più di un **migliaio di imprese in Piemonte** (1.006) di cui quasi il 48% (479) con sede nel territorio torinese.

Esse rappresentano oltre il 18% delle forme organizzative ad impatto sociale e, rispetto al 2019, risultano in diminuzione del **-2,4%**, con andamenti divergenti nelle due tipologie imprenditoriali: **crescono infatti le imprese sociali**, passando da 112 a 132 unità, mentre **decregono le cooperative sociali**, che nel 2021 risultano essere 874 (erano 919).

Nel complesso si stima che l'intero comparto abbia generato, nel 2020, **quasi 1,8 miliardi di euro di fatturato** in Piemonte (di cui il 63% nel torinese) **e impiegato più di 57.000 addetti** (il 41% nella provincia torinese). Rispetto al 2019, le due dimensioni hanno subito rispettivamente un calo (-3,1%) e un incremento (+5,9%). Sono le **cooperative sociali** a contribuire alla quasi totalità dei valori, originando quasi 1,7 miliardi di euro di fatturato e assorbendo la quasi totalità degli addetti.

Esistono poi forme organizzative giuridicamente definite come imprese "for profit", perché tradizionalmente orientate al conseguimento di un profitto, ma che per loro natura adottano pratiche di innovazione sociale (Start Up Innovative a Vocazione Sociale, società Benefit, Certified B Corp). I numeri di questo universo sono tuttavia residuali.

L'indagine della Camera di commercio di Torino

L'indagine, realizzata dalla Camera di commercio di Torino fra giugno e settembre 2021, si è concentrata su un **campione di 3.500 imprese attive in Piemonte**, comprensivo sia di imprese sociali sia di imprese profit. L'obiettivo era far emergere lo sviluppo di nuovi o rinnovati modelli economici d'impresa, tenendo conto degli effetti della crisi pandemica e di connessi ed emergenti processi di trasformazione del business orientati al **coinvolgimento degli interlocutori locali dell'impresa e allo sviluppo di reti e forme di collaborazione** nel territorio piemontese. Il tasso di risposta ha raggiunto il 14,8% a conferma del forte interesse di questo insieme di imprese ai temi trattati nel questionario di indagine.

I risultati

Impatto della crisi - Durante l'emergenza sanitaria nelle **realità profit** hanno prevalso cambiamenti con **impatto negativo**, in particolare per quanto riguarda

l'approvvigionamento (il 36% delle imprese rispondenti), **l'organizzazione dell'attività imprenditoriale** (il 27%), il **marketing** (il 21%) e il mercato estero (il 15%). Anche **per le imprese sociali** sono state evidenti le difficoltà connesse all'approvvigionamento e, in misura marginale, all'accesso ai mercati esteri, ma si sono verificati anche **cambiamenti in senso positivo**: fra tutti, spicca l'ambito **dell'innovazione** (36%), seguito dall'organizzazione dell'attività imprenditoriale e dal marketing.

Coinvolgimento degli interlocutori locali - Il 16% delle imprese profit e il 61% delle imprese sociali hanno dichiarato di aver effettuato (o di voler effettuare) attività di coinvolgimento degli stakeholders locali. Se le relazioni con il territorio si sono mantenute piuttosto stabili negli anni per il profit, fra le imprese sociali si rileva una propensione crescente ad attivare relazioni sul territorio. **Quali sono i soggetti** che le imprese coinvolgono nell'attività imprenditoriale? Per le **imprese profit**, sono più frequenti i rapporti attivati con la clientela (il 19%), i fornitori (il 16%) e le associazioni datoriali e di categoria (il 12%); fra le **imprese sociali** è invece più diffusa la propensione a relazionarsi con le istituzioni e la pubblica amministrazione (il 18%), con la comunità di appartenenza (il 16%) e con il personale aziendale (il 15%).

Reti e forme di collaborazione - Sono più diffuse fra le imprese sociali (il 42% le ha sviluppate con regolarità) rispetto alle profit, che in prevalenza si caratterizzano per l'assenza di rapporti con il territorio (70%). Quali sono i **benefici**? Il 72% delle **imprese sociali** ritiene importante fare rete per produrre benefici in termini reputazionali e di visibilità, ma anche per produrre un impatto positivo sulla comunità di appartenenza (69%), per accrescere la diffusione di conoscenze condivise (65%) e le opportunità di sinergia (63%). Nel **profit**, il primo beneficio in ordine di rilevanza è di carattere reputazionale e di visibilità per l'impresa (il 42%), ma è seguito da un vantaggio di carattere economico (il 36%).

Modelli economici - Come stanno cambiando anche a seguito della pandemia? **L'imprenditorialità sociale** ha chiaramente identificato **quattro aspetti** importanti per ripensare gli attuali modelli d'impresa: lo **sviluppo di un welfare di prossimità** (il 66% delle rispondenti), **il coinvolgimento in opportunità formali di co-progettazione** (il 58%), l'attivazione e/o il rafforzamento di **forme collaborative** con attori del territorio (il 57%) e il **consolidamento di relazioni con la comunità** di appartenenza e i suoi componenti (il 53%).

Le imprese profit invece orientano la propria attenzione in prima battuta alla **tutela del Made in Italy** (il 35%) e alla **valorizzazione** e all'animazione turistica **del territorio** (il 33%).

Tuttavia, mentre **il 69% delle imprese sociali** dichiara di aver realizzato (o di volerlo fare) attività progettuali attinenti le dimensioni appena considerate, **nel profit** le percentuali sono ribaltate: quasi **il 74% delle imprese non ha messo in campo azioni** sui temi citati, né al momento intende farlo.

Quali sono le **maggiori difficoltà** nello sviluppo di questi nuovi modelli? Il primo bisogno, condiviso dal 73% e dal 44% delle imprese sociali e profit è **potenziare la formazione** e il reperimento di nuove competenze dedicate, seguito dalla necessità di **accrescere innovazione e tecnologia**.

Un altro dato interessante riguarda l'interesse a potenziare l'attività di digitalizzazione dell'impresa. Nel biennio in corso (2020 - 2021), **il 53% delle imprese sociali** sta lavorando (abbastanza o molto) al potenziamento dei processi di digitalizzazione, a fronte del **38% del mondo profit**.

Indagine Isnet - Gli acquisti a impatto sociale: i potenziali di collaborazione tra imprese profit e non profit

Torino Social Impact, con l'obiettivo di favorire il dialogo tra imprese profit e non profit ha dato impulso a un'azione di ricerca sui potenziali di sviluppo degli acquisti a impatto sociale.

Associazione Isnet, che ha condotto le ricerche su **402 imprese profit e 204 imprese a impatto sociale**, sintetizza così i principali risultati. Solo il **10,1%** delle imprese profit presenti nell'area metropolitana di Torino **acquistano prodotti e servizi da imprese sociali**; il dato scende all'**8,8%** nelle altre province della Regione. Tuttavia, il **51,2%** delle imprese torinesi e il **52,9%** delle imprese di altri territori regionali sono **disponibili a valutare offerte dalle imprese a impatto sociale**. Questa opportunità incontra la disponibilità delle imprese sociali a **investire sui rapporti con le aziende for profit**: mediamente, infatti, tre su quattro sono orientate a impiegare risorse sullo sviluppo di nuovi prodotti e servizi che possano incontrare le necessità del mercato.

Torino Social Impact e le prospettive 2022-2024

La conferenza stampa è stata anche l'occasione per una carrellata sui progetti di punta di Torino Social Impact (2022-2024).

L'obiettivo consolidato è **rendere Torino un luogo nel quale imprese e investitori a impatto sociale trovino le migliori condizioni possibili per operare e svilupparsi**, e viene perseguito con un approccio inclusivo, accogliendo partner dal mondo profit e non profit, pubblico e privato; *generativo*, operando in aree di fallimento di mercato per generare opportunità di business e promuovere lo sviluppo e l'erogazione di servizi ecosistemici che abilitino le imprese, la pubblica amministrazione e le organizzazioni del terzo settore ad operare nell'impact economy torinese; *trasformativo*, cioè ricoprendo il ruolo di agente trasformativo dell'economia torinese verso la transizione ad un'economia ad impatto, basata non solo su criteri economici, ma anche sociali e ambientali; infine, *distributivo*, ossia generando e abilitando opportunità per partner pubblici o privati che intendono strutturare o ampliare il proprio modello di business, in un'ottica di creazione di valore condiviso, sviluppando, lanciando e/o erogando prodotti e servizi quali la valutazione d'impatto, la formazione, studi, ricerche, analisi dati.

Il primo progetto in dirittura d'arrivo è la **Borsa dell'Impatto Sociale**, che potrebbe insediarsi nell'ex Borsa valori di piazzale Valdo Fusi.

In progetto c'è anche il **Trusted Data intermediary**, archivio per raccogliere dati da attori pubblici e privati rivolto alle imprese del Terzo settore a supporto della creazione di programmi di sostegno e della mappatura di nuove povertà.

Sarà poi avviata la sperimentazione di social procurement attraverso «**Torino buy social**», protocollo di intesa tra i partner di TSI per promuovere l'acquisto di beni e servizi attraverso forniture nel settore dell'impresa sociale e favorire il dialogo tra privato e terzo settore.

Infine, Torino Social Impact partecipa attivamente alle attività di GSG (il circuito internazionale che riunisce i leader del mondo della finanza, degli affari e della filantropia) all'interno del National Advisory Board Italia e ospiterà il **GSG Leadership Meeting** a maggio 2022.

Al via la terza edizione del Corso Universitario di Aggiornamento professionale (CUAP) in Valutazione d'Impatto sociale

È stata presentata la terza edizione del Corso Universitario di Aggiornamento professionale (CUAP) in Valutazione d'Impatto sociale, rivolto a coloro che intendono **potenziare conoscenze e competenze sul tema della valutazione di impatto**: soggetti che ricoprono ruoli gestionali e manageriali all'interno delle organizzazioni del Terzo Settore e delle imprese sociali, oltre a coloro che si occupano di rendicontare l'efficacia ed efficienza delle attività in termini sia economico-finanziari che sociali.

Attraverso un **approccio didattico ibrido e altamente innovativo** il corso, organizzato dal Dipartimento di Management dell'Università di Torino e inserito nell'ambito delle attività promosse dal Centro di competenza sulla Valutazione dell'impatto sociale, fonde approcci teorici e pratici volti all'identificazione delle strategie di Impact Management e alla loro misurazione.

La didattica prevede **125 ore totali** tra lezioni d'aula frontali e pratico-laboratoriali, oltre allo svolgimento di un project work. Le lezioni avranno cadenza settimanale, il lunedì pomeriggio, con **inizio il 7 febbraio 2022**.

Per informazioni:

Settore Comunicazione esterna e URP

Camera di commercio di Torino

Tel 011 571 6652/7

relazioni.esterne@to.camcom.it

www.to.camcom.it/comunicatistampa

Comunicazione e Relazioni esterne

Torino Social Impact

Via Carlo Alberto 16, 10123 Torino

Tel 0115716732 +39 3475395697

press@torinosocialimpact.it

www.torinosocialimpact.it | tw | fb | in