

Il terzo settore cresce (+14%) ma capisce che deve cambiare

Il comparto è in salute: in aumento i ricavi. Però il Covid ha aperto una riflessione su innovazione e strategie. Dall'organizzazione al marketing, si può migliorare. Bolatto (Camera di Commercio): "Ora un cambio culturale"

di **Massimiliano Sciuolo**

C'è sempre più voglia di imprese sociali, e la pandemia ha dimostrato quanto ce ne sia anche bisogno. Torino e il Piemonte ne sono un esempio: le indagini di Camera di commercio di Torino e Isnet mostrano infatti cifre in crescita, ma pure debolezze che solo l'innovazione può migliorare. In regione si contano 5.500 forme organizzative a impatto sociale, 2.300 solo in Torino città metropolitana, con una crescita dell'11% a livello regionale sul 2019 e del 14% per l'area del capoluogo. Se le cooperative sono leggermente in frenata (874 rispetto a 919), aumentano le imprese sociali (132, erano 112). In netto aumento anche il terzo settore

mento di quasi il 6% sul 2019. Risultati che sono legati soprattutto alle cooperative sociali (1,7 miliardi di fatturato e la quasi totalità degli addetti).

Ma la crisi legata al Covid, oltre ad accendere i riflettori su quanto il contributo del Terzo settore possa essere prezioso, ha anche portato alla luce come proprio le aziende a impatto sociale debbano crescere dal punto di vista della strategia imprenditoriale. Il 20% delle imprese sociali ha denunciato problemi di organizzazione dell'attività, ma anche di marketing e approvvigionamento. Sull'altro piatto della bilancia, oltre un'azienda su tre (36%) ha vissuto questi mesi come uno stimolo a migliorare sul fronte dell'innovazione. In oltre 7 casi su dieci si tratta di innovazio-

ciali vogliono insistere sul radicamento nel territorio: se ci ha lavorato il 47% fino al 2019, il 56% intende farlo entro il 2024.

Un altro fronte su cui lavorare, però, è il rapporto con il mondo profit: soprattutto in assenza di esperienze precedenti, è forte la diffidenza tra le parti. Solo il 10% delle imprese profit acquista beni o servizi dal no profit. Ma regna spesso anche la convinzione, da parte no profit, di non essere all'altezza. «Serve un cambio culturale a 360 gradi - dice Guido Bolatto, segretario generale della Camera di Commercio -. Ormai anche i fondi di investimento pesano l'impatto sociale e tutta la comunità finanziaria impone che non si parli più di puro profitto puro».

«Durante la pandemia il terzo

«non imprenditoriale»: associazioni di promozione sociale e volontariato. Nel 2020 queste attività hanno generato quasi 1,8 miliardi di fatturato in Piemonte, di cui il 63% a Torino e hanno dato lavoro a oltre 57mila persone, con un au-

mento organizzativa, ma il 68% delle risposte parla di innovazione di prodotto e il 45% di processo. Sul fronte digitalizzazione, il 53% ha intenzione di potenziarsi in maniera consistente.

Intanto, proprio le imprese so-

settore ha risposto con eroismo e abnegazione - aggiunge Mario Calderini, portavoce di Torino Social Impact -, ma si sono svelate fragilità che hanno tutte le attenuanti del caso, ma su cui lavorare».

I numeri in Piemonte

1,8 mld

Il fatturato generato dalle imprese non profit

Nelle imprese operano 57mila persone, in crescita del 6% sul 2019

5.500

Le attività sociali attive

Sono le forme organizzative a impatto sociale, in crescita dell'11% sul 2019