

COMUNICATO STAMPA

## CON IL SOCIAL PROCUREMENT CRESCE L'ECONOMIA SOCIALE

**Presentata a Milano la prima indagine in Italia  
sugli acquisti delle aziende da cooperative e imprese sociali.**

**9 aziende su 10 disponibili al *social procurement*. Ma solo il 27% ha già rapporti di fornitura. Le aziende valutano soprattutto: prezzo, rapidità di risposta, presenza sul territorio, sostenibilità di prodotti/servizi. La sfida per le imprese sociali è saper rispondere alle specifiche di fornitura**

*Milano, 10 febbraio 2016* – Quasi **9 aziende profit su 10** (l'88,1%) si dichiarano disponibili a valutare offerte di **prodotti e servizi di cooperative e imprese sociali**. Ma solo il **27,5%** ha già attivato rapporti di fornitura, clientela o partnership. C'è dunque un grande spazio di crescita in Italia per l'economia sociale attraverso il **social procurement**, termine ancora poco utilizzato nel nostro Paese con cui si indicano i **rapporti di fornitura avviati da imprese profit con realtà del Terzo settore**.

A rilevarlo è la **prima indagine in Italia sul social procurement**, che **Right Hub** e **ISNET** hanno presentato oggi a Milano, Hotel Principe di Savoia, all'evento "**Profit e Non profit uniti dal Social procurement**" davanti a oltre 150 rappresentanti del mondo profit e non profit (**#socialprocurement** su Twitter). Alla tavola rotonda moderata da Elio Silva (**Il Sole 24 Ore**) sono intervenuti Ombretta Di Marco (**CSR & Local Industry Relations Manager, AirPlus International**), Giuseppe Guerini (**Portavoce dell'Alleanza Cooperative Sociali**), Valerio Di Bussolo (**Direttore Relazioni Esterne, Ikea Italia**), Laura Bongiovanni (**Presidente ISNET**) e Luca Guzzabocca (**General Manager, Right Hub**).

### Obiettivi dell'indagine

L'indagine è stata condotta su base metodologica ISNET con questionario e interviste dirette ad un campione di **109 imprese** (per il 65% grandi imprese, quasi il 70% con sede nel Nord-Ovest, attive in ogni settore economico), rappresentative delle imprese profit iscritte al network Right Hub.

Tre gli obiettivi principali dell'indagine: 1) scattare la prima **fotografia del social procurement in Italia**, in termini di diffusione e caratteristiche; 2) analizzare la **percezione delle aziende** nei confronti delle imprese sociali e la loro disponibilità a valutarle come potenziali fornitori e partner; 3) evidenziare le **opportunità di business per le imprese sociali** che investono nello sviluppo di competenze, efficienza e professionalità per superare le principali perplessità che le aziende hanno verso di loro.

### Conoscenza scarsa. Ma disponibilità elevata

Fra le aziende è piuttosto **scarso il livello di conoscenza delle imprese sociali**: il 6,4% non le ha mai sentite nominare e più della metà (54%) ne ha una conoscenza solo superficiale. Solo il **27,5%** delle aziende **ha già rapporti commerciali** con le imprese sociali (fornitura, clientela, partnership), mentre l'11% ha rapporti a titolo personale.

Quasi 9 aziende su 10, però (l'**88,1%**), si dichiarano **disponibili a valutare** offerte di prodotti e servizi delle imprese sociali. In particolare, sono le **aziende che hanno già relazioni** con le imprese sociali a dimostrare maggiore disponibilità ad intensificare il rapporto. Per contro, le più restie ad avviare un rapporto sono le **aziende che non hanno conoscenza** delle imprese sociali.

### Servizi e prodotti che interessano alle aziende

Le categorie di servizi delle imprese sociali a cui le aziende dichiarano di essere **più interessate** sono: **pulizia** (60,4%), **grafica, editoria e stampa, manutenzione** (immobili, verde, impianti, 58,3%), che già ora sono i servizi più diffusi nelle forniture delle imprese sociali alle aziende. Seguono: regalistica e oggetti promozionali (51%), catering e banqueting (41,7%), raccolta e smaltimento rifiuti, piccola logistica e distribuzione (36,5%).

I servizi delle imprese sociali a cui le aziende dichiarano di essere **meno interessate** sono invece: **informatica e web** (14,6%), **abbigliamento** (13,5%), **servizi socio-sanitari per i dipendenti** (10,4%).



#### Criteri di valutazione delle imprese sociali. Con qualche perplessità

I **principali criteri** con cui le aziende valutano le imprese sociali come potenziali fornitori sono: **prezzo** competitivo (54,2%), **rapidità** di risposta (tempo che intercorre tra richiesta e attivazione della fornitura, 44,8%), **presenza sul territorio** in cui si richiede l'attività (43,8%), contenuto di **sostenibilità sociale** dei prodotti/servizi offerti (40,6%).

**Meno importanti** sono invece considerati: **innovazione** (25%), **esperienza pluriennale** (24%), **precedenti esperienze con aziende omologhe** (12,5%).

Dalle aziende che non hanno in essere rapporti con le imprese sociali sono invece emerse le principali **perplessità** ad avviare tali rapporti. I più frequenti motivi di **ostacolo all'avvio di un rapporto di fornitura** tra profit e non profit sono: **inadeguatezza a rispondere alle specifiche** di fornitura (36,7%), **qualità non adeguata** (35,4%), **prodotti/servizi non utili** all'azienda (27,8%). Inoltre, c'è chi ritiene un ostacolo il fatto che le imprese sociali realizzino **più valore sociale che economico** (19%) e chi ritiene che esse vadano bene **solo per partnership sulla responsabilità sociale** (15,2%).

*«Emerge chiaramente dall'indagine - dichiara il **fondatore e general manager di Right Hub, Luca Guzzabocca** - che esiste un forte e concreto interesse delle imprese profit nel considerare la fornitura dalle imprese sociali non in modo casuale ma strutturale, e al pari di qualsiasi altro fornitore "tradizionale"».*

*«La ricerca, unica in Italia sul social procurement, - dichiara il **presidente di ISNET, Laura Bongiovanni** - offre delle piste di lavoro molto concrete per aumentare le collaborazioni profit e non profit. A seguito delle interviste, abbiamo approfondito i criteri di valutazione utilizzati dalle aziende profit che hanno dichiarato interesse agli acquisiti sociali, e questi contenuti saranno oggetto del prossimo incontro dedicato alle imprese sociali.*

#### Un "piano d'azione" per le imprese sociali: a Milano la prima "Giornata Laboratorio", appuntamento il 12 aprile

Alla luce dei risultati, l'indagine suggerisce un **"piano d'azione" per le imprese sociali** interessate ad intensificare i loro rapporti commerciali con le aziende profit attraverso un incontro di approfondimento delle specifiche di fornitura anzitutto a partire dai principali ambiti di interesse emersi dall'indagine ovvero, pulizia e manutenzione verde e immobili.

Esito finale della giornata un check up sul livello di adeguatezza rispetto alle specifiche di fornitura richieste, con l'identificazione delle aree di miglioramento per rendere operative la candidature delle imprese sociali partecipanti.

L'indagine di Right Hub e ISNET, sarà disponibile in download gratuito sulla homepage del sito [www.righthub.it](http://www.righthub.it) e [www.impresasociale.net](http://www.impresasociale.net) da giovedì 11 febbraio 2016, insieme al programma della giornata laboratorio del 12 aprile con possibilità di iscrizione.

---

*RIGHT HUB® ([www.righthub.it](http://www.righthub.it)) è una start-up innovativa nata per supportare l'efficienza operativa di tutte le organizzazioni non profit, per la costruzione di un proprio sistema di competenze e di relazioni, in grado di favorire una più fruttuosa e organica integrazione con il mercato profit. RIGHT HUB Matching è il portale online con circa 8000 organizzazioni presenti, creato per l'incontro domanda-offerta tra imprese sociali e imprese profit.*

*ISNET ([www.impresasociale.net](http://www.impresasociale.net)) è una Associazione costituita nel 2007 che dialoga con un network di 1233 imprese sociali con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo delle imprese sociali favorendone le relazioni con gli stakeholders e i processi di innovazione e diversificazione dei servizi. A tal fine, ISNET realizza studi e ricerche per identificare opportunità da offrire al proprio network. L'Osservatorio ISNET sulle imprese sociali è ad oggi l'unica indagine in Italia con serie storiche e indicatori costantemente aggiornati.*

---

#### *Informazioni per la stampa:*

*Right Hub srl  
Marta Agradi  
[marta.agradi@righthub.it](mailto:marta.agradi@righthub.it)  
Tel. +39 0362 238835*

*Associazione ISNET  
Mattia Andreini  
[mattia@impresasociale.net](mailto:mattia@impresasociale.net)  
Tel. +39 0541/709911*