



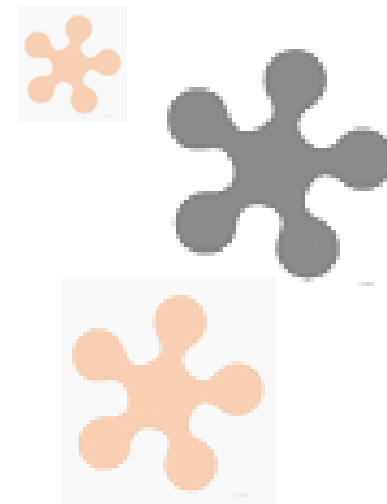
Presenta

**Osservatorio sulla dinamicità relazionale
delle imprese sociali in Italia
(quarta edizione) – Anteprima risultati**

**VIII Workshop nazionale sull'impresa sociale
"L'innovazione nella collaborazione"**

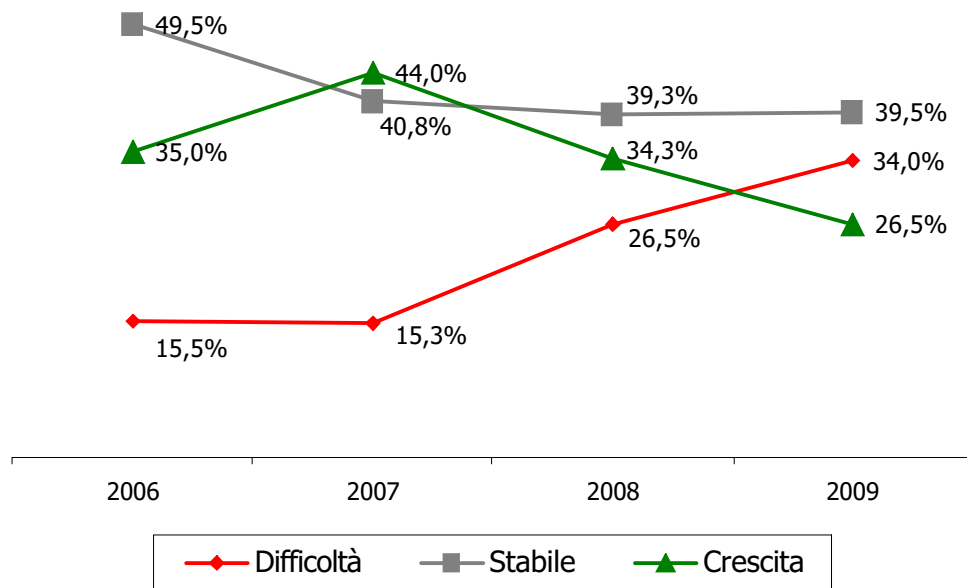
Settembre 2010

Con la collaborazione di AICCON



Dinamicità delle imprese sociali

Complessivamente, in questo ultimo anno, lei vede la sua organizzazione



Le imprese sociali che dichiarano uno stato di difficoltà sono più che raddoppiate negli ultimi 2 anni, con particolare riferimento alle cooperative sociali di tipo B, mentre quelle in crescita sono quasi dimezzate. Tuttavia, delle organizzazioni che hanno dichiarato una condizione di crescita nel 2009, solo il 4,7% afferma che il 2010 sarà un anno in difficoltà.

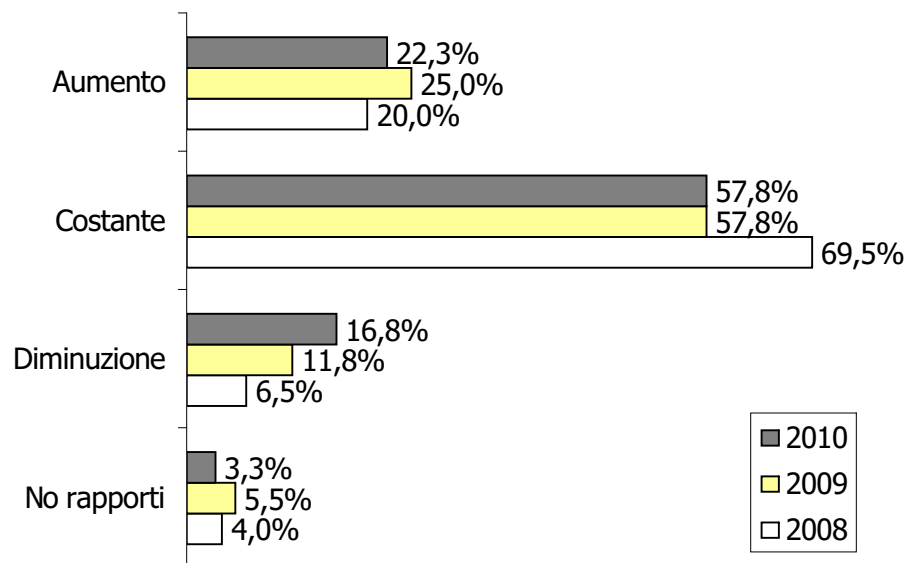
Ritiene che per il 2010 la prospettiva sarà ...

Situazione 2009	Previsioni 2010			Totale
	In difficoltà	Stabile	In crescita	
Organizzazioni in difficoltà	39,7%	33,8%	26,5%	100,0%
Organizzazioni stabili	21,5%	48,1%	30,4%	100,0%
Organizzazioni in crescita	4,7%	41,5%	53,8%	100,0%
Tutte le organizzazioni	23,3%	41,5%	35,3%	100,0%

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con Enti Locali (Comuni, Prov, ecc.)



Come noto l'Ente Locale rappresenta un interlocutore privilegiato per le imprese sociali. Rispetto alla precedente rilevazione, aumentano le organizzazioni che dichiarano rapporti in diminuzione. Anche i trend relativi alla soddisfazione sono all'insegna di un andamento negativo (diminuiscono i "soddisfatti", aumentano gli "insoddisfatti").

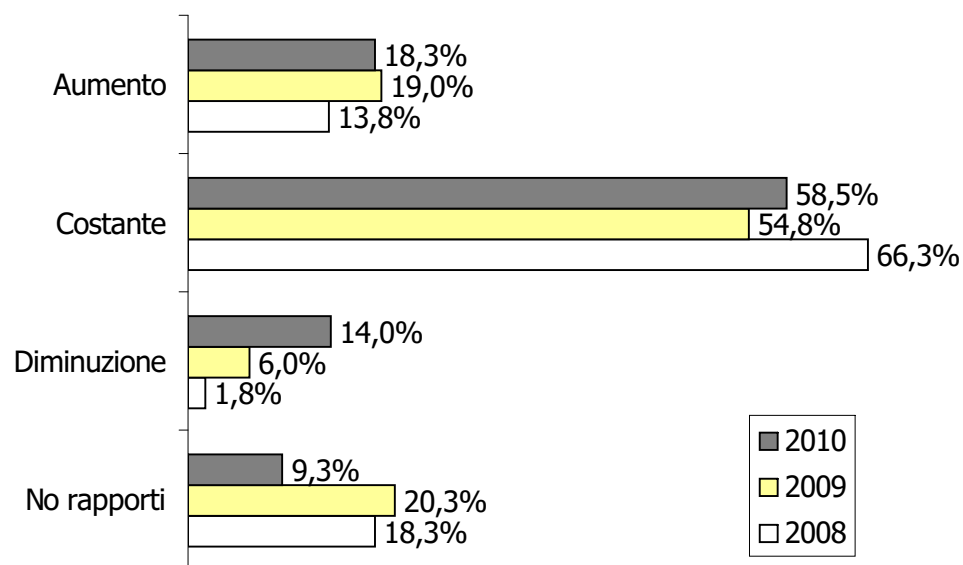
Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

	2010	2009	2008
Soddisfatti	34,2%	42,9%	46,1%
Né né	37,8%	32,8%	28,6%
Insoddisfatti	28,0%	24,3%	25,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con Enti Pubblici (Ausl, CCIAA, ecc.)



Anche nel rapporto con gli Enti Pubblici (Ausl, CCIAA, ecc.), aumentano le organizzazioni che dichiarano rapporti in diminuzione e le percentuali di "insoddisfatti".

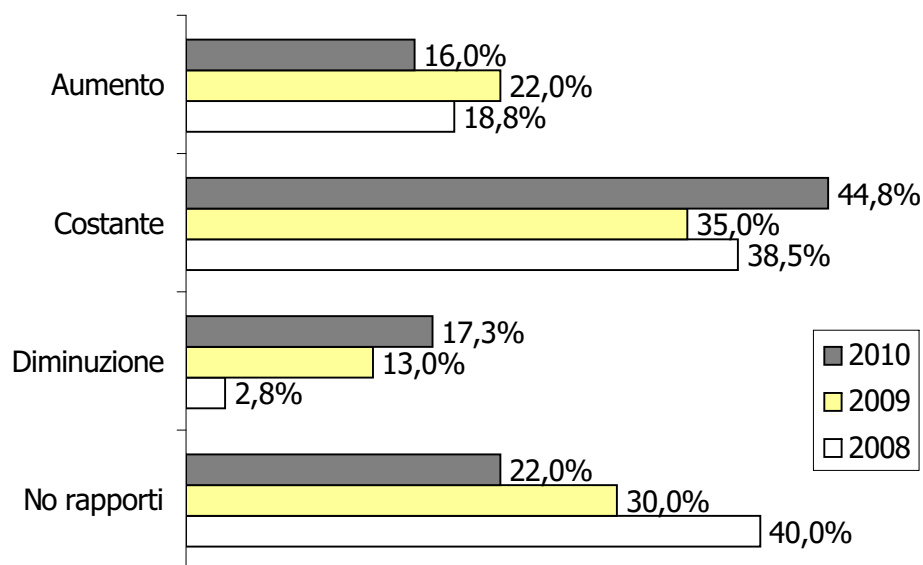
Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

	2010	2009	2008
Soddisfatti	36,1%	48,6%	48,9%
Né né	38,6%	33,5%	30,6%
Insoddisfatti	25,3%	17,9%	20,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con aziende for profit



Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

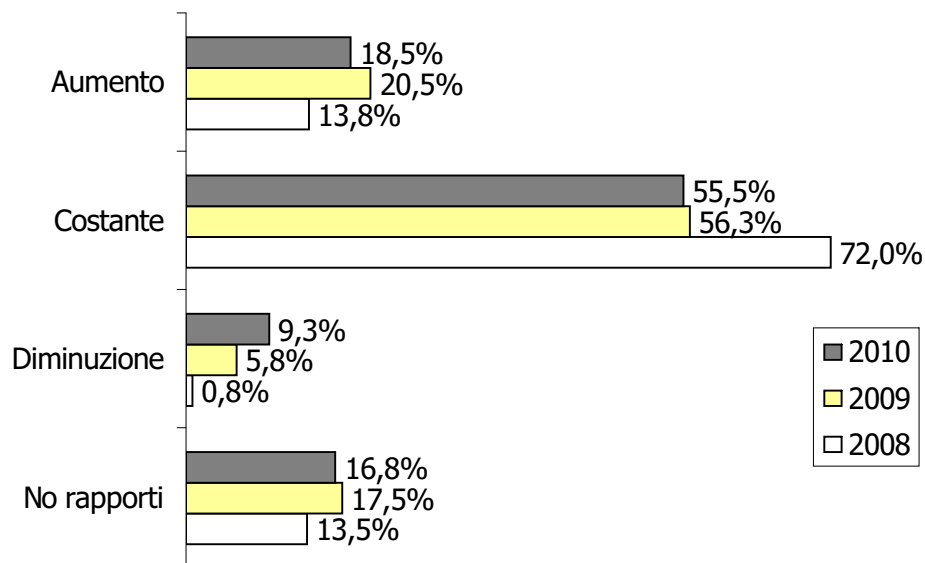
	2010	2009	2008
Soddisfatti	48,1%	60,7%	75,4%
Né né	36,9%	26,8%	19,2%
Insoddisfatti	15,1%	12,5%	5,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

La crisi di molte aziende a seguito della congiuntura economica in atto, ha determinato ripercussioni anche nel dialogo con le imprese sociali, (soprattutto cooperative sociali di tipo B, che avevano avviato partnership commerciali per specifiche forniture: ad esempio confezionamento, imballaggi, ecc.). Aumentano di oltre 4 punti percentuali le organizzazioni che hanno rapporti in diminuzione e calano quelle con rapporti in "aumento". Stessa tendenza anche sul versante della soddisfazione (negli ultimi tre anni, i "soddisfatti" passano dal 75,4% al 48,1%).

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con organizzazioni di rappresentanza e coordinamento



Il rapporto con le organizzazioni di rappresentanza e coordinamento si attesta su valori assimilabili a quelli della passata rilevazione, mentre gli indici di soddisfazione calano, anche se con gap meno significativi rispetto alle altre categorie di stakeholders considerate.

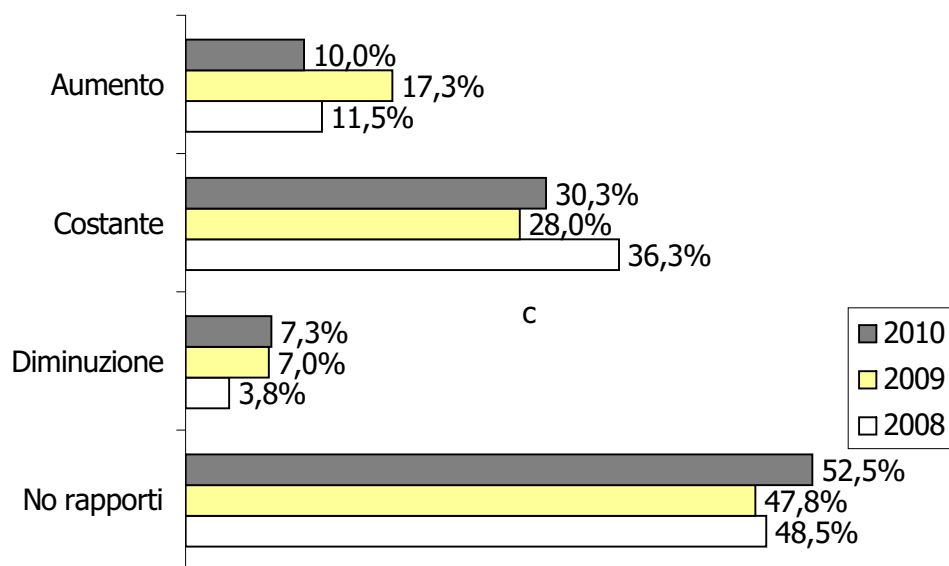
Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

	2010	2009	2008
Soddisfatti	49,5%	57,3%	66,8%
Né né	33,9%	27,9%	21,7%
Insoddisfatti	16,5%	14,8%	11,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con media (tv, radio, giornali, ecc.)



Storicamente area debole per le imprese sociali, il rapporto con i media presenta indicatori all'insegna di una marcata negatività: più della metà delle organizzazioni interpellate dichiara di non aver avuto occasioni di collaborazione con i media nell'ultimo anno. In tempi di crisi congiunturale, l'orizzonte strategico di una miglior visibilità dell'impresa sociale anche rispetto ad un pubblico ampio e non solo di addetti ai lavori, resta un'opzione a bassa priorità. Anche in questo caso, la soddisfazione diminuisce.

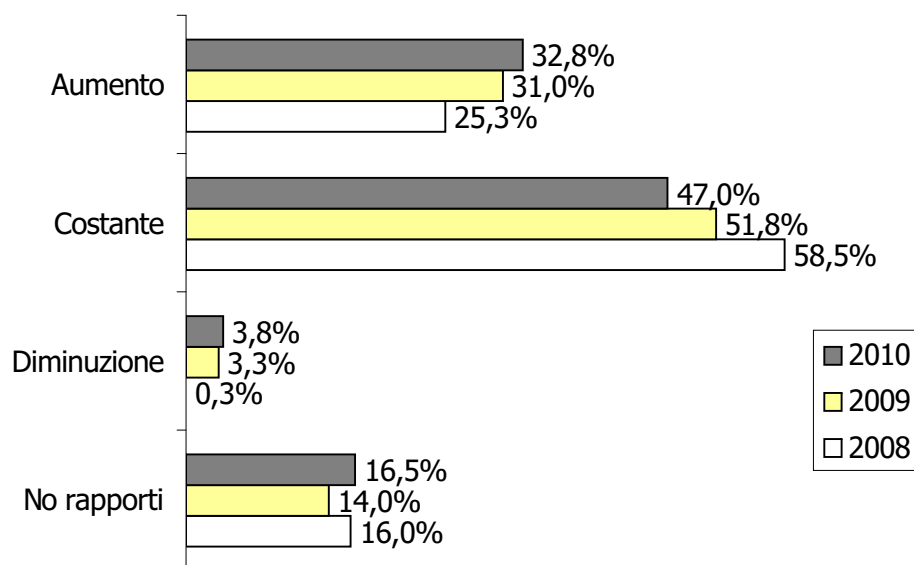
Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

	2010	2009	2008
Soddisfatti	35,8%	43,1%	57,3%
Né né	49,5%	41,6%	30,1%
Insoddisfatti	14,7%	15,3%	12,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Capacità relazionale

Il numero di relazioni con altre organizzazioni come si è modificato rispetto ad un anno fa?

Rapporti con altre organizzazioni non profit



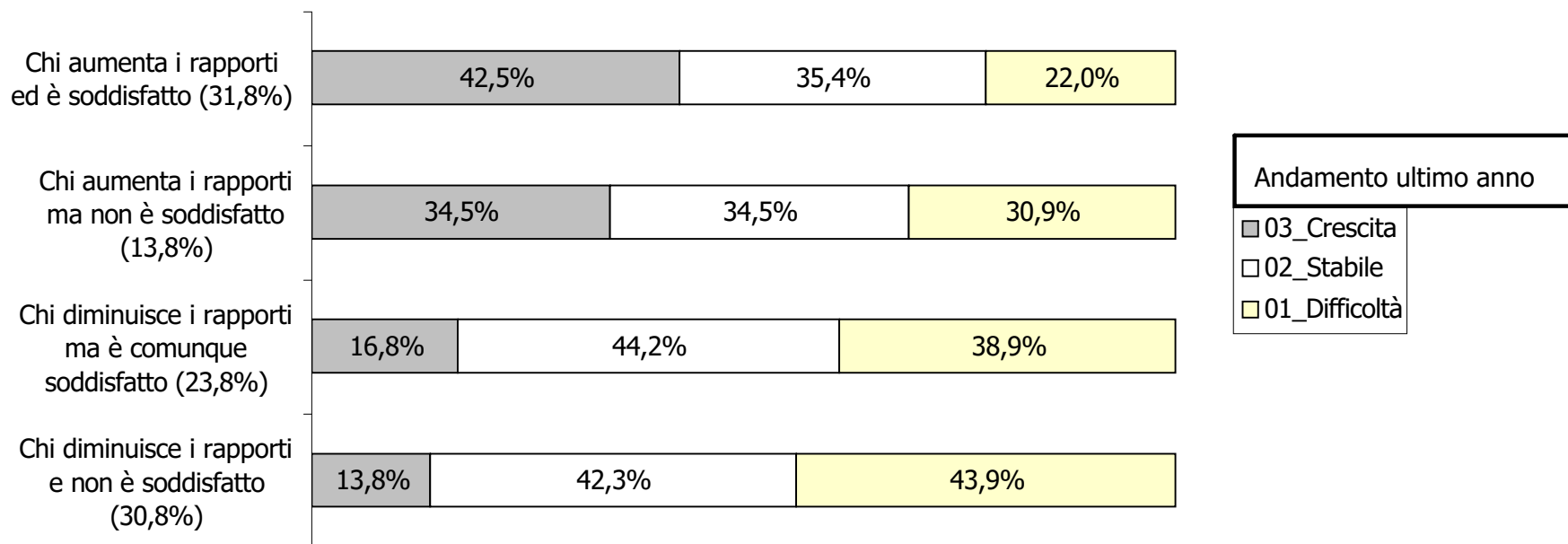
Le relazioni con le "altre organizzazioni non profit" sono le uniche ad aumentare. E' evidente che a fronte dell'attuale crisi congiunturale, sono molte le imprese sociali che identificano nella possibilità di fare rete e creare alleanze con altre imprese sociali, una reale opportunità.

Tuttavia, i livelli medi di soddisfazione sono in calo anche in questo caso.

Come valuta la soddisfazione per queste relazioni?

	2010	2009	2008
Soddisfatti	66,2%	67,4%	79,8%
Né né	28,4%	27,6%	17,9%
Insoddisfatti	5,4%	4,9%	2,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Capacità relazionale: quale correlazione con la performance economica?



Come nelle passate edizioni dell'Osservatorio ISNET sull'impresa sociale, si conferma la correlazione positiva tra andamento economico complessivo e capacità relazionale con la rete dei stakeholders. Come evidenziato nel grafico, **il 42,5% delle organizzazioni che hanno aumentato in modo soddisfacente le proprie relazioni hanno registrato un andamento economico in crescita, contro il 13,8% delle organizzazioni che hanno diminuito i rapporti.**

Innovazione

Considerata l'innovazione come la capacità di generare nuovo valore per il "cliente", sono state identificate quattro macro azioni innovative.

Sviluppo nuovi prodotti/servizi

Azione intesa come creazione di nuovi prodotti/servizi, per conferire nuovo valore

Avete individuato nuove categorie di clienti

Azione intesa come offerta di un valore esistente a segmenti di clientela diversi

Avete individuato nuove aree geografiche in cui operare

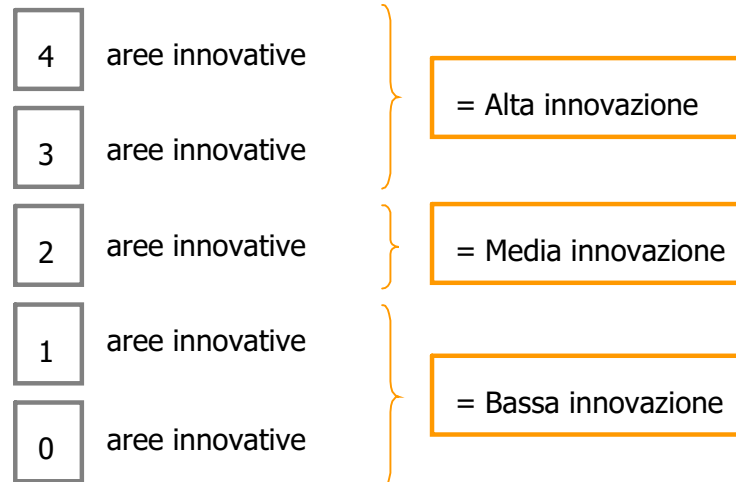
Azione intesa come offerta di un valore esistente ad aree mercato giudicate sprovviste

Avete migliorato i processi e l'organizzazione interna

Azione intesa come miglioramento del valore esistente

Le 4 tipologie di intervento sono state considerate anche per la creazione di indici di capacità innovativa.

Interventi su:



Innovazione

	2008		2009	
	si	no	si	no
Sviluppato nuovi prodotti / servizi	52,0%	48,0%	48,0%	52,0%
Individuato nuove categorie di clienti	42,0%	58,0%	40,3%	59,8%
Individuato nuove aree geografiche nelle quali operare	29,8%	70,2%	26,3%	73,8%
Migliorato processi interni e organizzazione	70,8%	29,2%	79,8%	20,3%

Per fronteggiare la situazione di crisi economica aumentano le iniziative di miglioramento organizzativo e ottimizzazione dei processi. Sono queste infatti che permettono meglio di ridurre i costi, quindi ristabilire equilibrio rispetto ai minori ricavi provocati dalla crisi.

Tuttavia, rispetto allo scorso anno, restano alte le percentuali di imprese sociali impegnate nello sviluppo di nuovi prodotti e servizi: quasi una organizzazione su due.

Innovazione

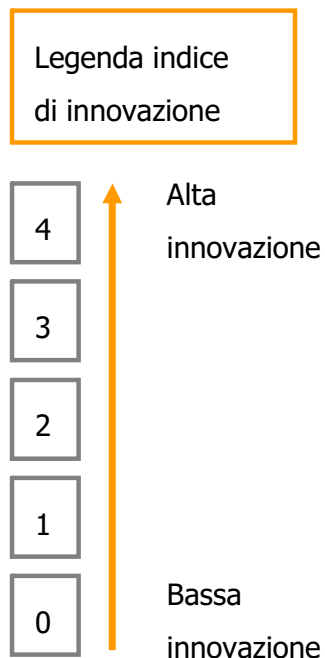
L'indice di innovazione generale si conferma ai livelli della precedente edizione dell'Osservatorio. Sono le organizzazioni di recente costituzione a presentare gli indici più alti. Tra le imprese in crescita gli indici assumono i valori più alti.

Indici di innovazione		
Anno di costituzione	2009	2008
> 2001	2,24	2,40
1998-2001	1,97	1,90
1991-1997	1,89	1,88
< 1991	1,83	1,88
Media generale	1,94	1,95

Indici di innovazione		
Andamento 2009	2009	2008
Crescita	2,34	2,50
Stabile	1,75	1,45
Difficoltà	1,85	1,96
Media generale	1,94	1,95

Indici di innovazione		
Localizzazione	2009	2008
Nord est	1,76	1,95
Nord ovest	1,73	1,72
Centro	2,14	2,22
Sud	2,11	1,95
Media generale	1,94	1,95

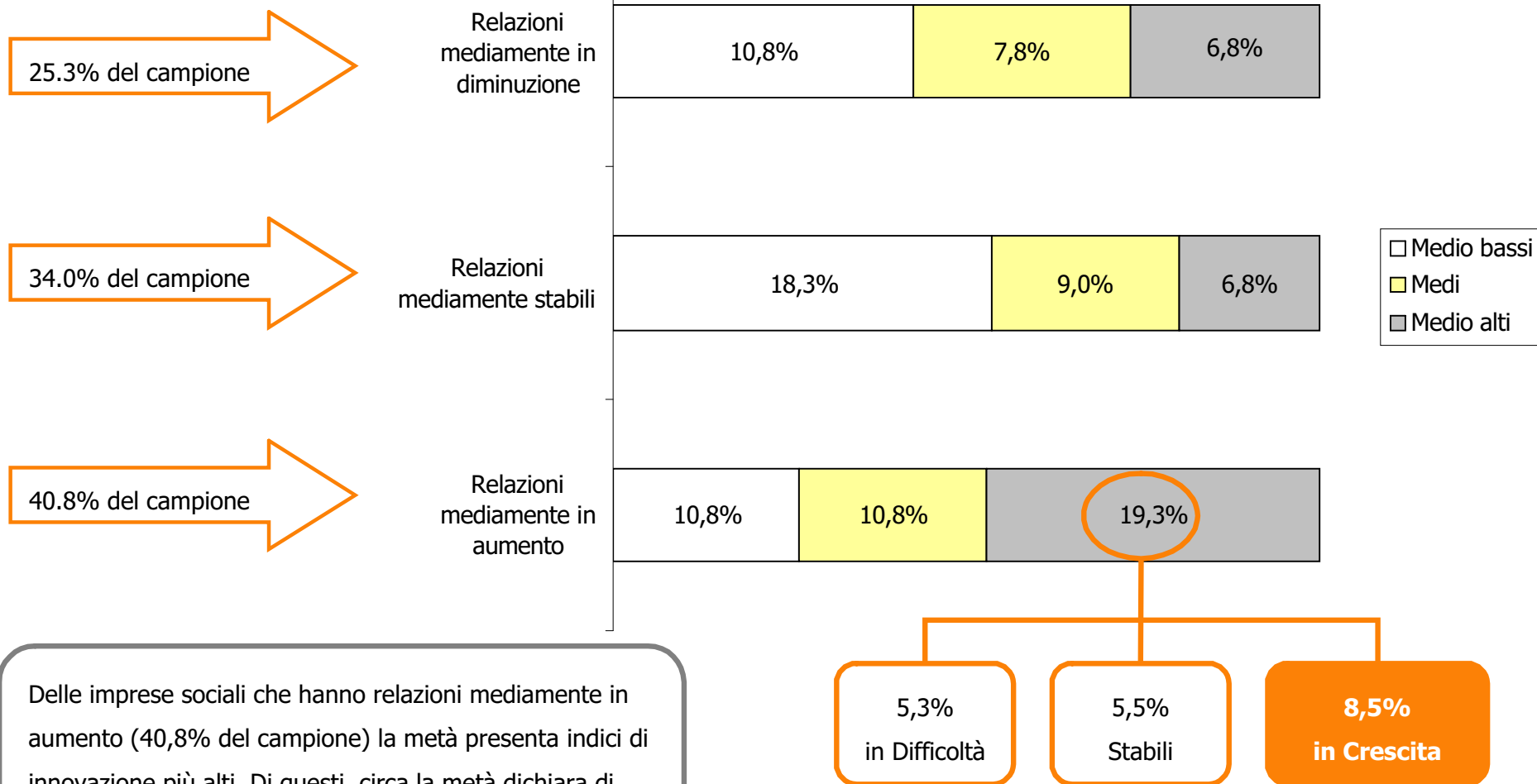
Indici di innovazione	
Sentiment 2010	2009
Crescita	2,14
Stabile	1,86
Difficoltà	1,80
Media generale	1,94



(*) le classi temporali sono state ridefinite a partire dal riassetto del quadro normativo di riferimento:

Legge 381/1991 – Legge 142/2001 – CCNL 94-97 e CCNL 98-01 sulla Cooperazione Sociale

Innovazione: quale correlazione con la dinamicità relazionale?



Delle imprese sociali che hanno relazioni mediamente in aumento (40,8% del campione) la metà presenta indici di innovazione più alti. Di questi, circa la metà dichiara di aver avuto un 2009 in crescita.



Presenta

**Osservatorio sulla dinamicità relazionale
delle imprese sociali in Italia
(quarta edizione) – Anteprima risultati**

**VIII Workshop nazionale sull'impresa sociale
"L'innovazione nella collaborazione"**

Settembre 2010

Con la collaborazione di AICCON

