



ISTITUTO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

per la promozione  
della cultura economica

Fondazione di Unioncamere

## **I NUMERI DEL NON PROFIT IN PROVINCIA DI ROMA**

Associazioni di promozione sociale, Cooperative sociali e  
Organizzazioni di volontariato

**L'indagine è stata realizzata da un gruppo di lavoro dell'Istituto G. Tagliacarne**

**Gruppo di lavoro Istituto Guglielmo Tagliacarne**

Corrado Martone - Coordinatore di progetto

Mirko Menghini - Ricercatore

Claudia Saporito - Ricercatrice

**Supervisione e coordinamento a cura dell'ufficio Gestione Osservatori della  
Camera di Commercio di Roma in collaborazione con l'Osservatorio sul Non  
Profit**

**Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Roma**

**Area VII - Studi e sistemi informativi**

Dirigente: Alberto Placidi

**Ufficio Gestione Osservatori**

Tel: 06 5208 2973 - 2627 - 2972

Fax: 06 5208 2222

e-mail: [osservatori.socioeconomici@rm.camom.it](mailto:osservatori.socioeconomici@rm.camom.it)

ISBN 978-88-89505-34-2

© 2012 Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Roma

via de' Burrò 147 - 00186 Roma

[www.rm.camcom.it](http://www.rm.camcom.it)

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento,  
totale o parziale con qualsiasi mezzo sono riservati esclusivamente alla CCIAA di Roma

## INDICE

<b>Presentazione.....</b>	<b>5</b>
<b>Introduzione.....</b>	<b>7</b>
<b>PREMESSA.....</b>	<b>9</b>
<b>1. L'ANALISI STRUTTURALE DEL SETTORE NON PROFIT NEL LAZIO</b>	
1.1 LA QUANTIFICAZIONE DEL SETTORE.....	13
1.2 LE COOPERATIVE SOCIALI.....	15
1.3 LE PECULIARITÀ DELLA PROVINCIA DI ROMA.....	17
1.4 LE COOPERATIVE SOCIALI IN PROVINCIA DI ROMA.....	18
<b>2. I RISULTATI DELL'INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI</b>	
2.1 CARATTERI STRUTTURALI DEL CAMPIONE D'INDAGINE.....	23
2.2 FATTORI DI SVILUPPO DELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT.....	28
2.3 STRATEGIE E INVESTIMENTI.....	33
2.4 PERFORMANCE ECONOMICHE E MERCATI.....	36
2.5 DINAMICA ED EFFETTI DELLA CRISI.....	39
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>45</b>
<b>MODELLO DI RILEVAZIONE.....</b>	<b>49</b>
<b>IL QUADRO NORMATIVO.....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>59</b>



## PRESENTAZIONE

Il sistema delle Camere di Commercio ha, da tempo, avviato una riflessione sul cosiddetto terzo settore o “non profit”. Un settore nel quale operano organismi e imprese sociali non profit e che affonda le sue radici nel volontariato e nell’associazionismo sociale, realtà nelle quali i cittadini si aggregano e si motivano all’azione, prediligendo la dimensione collettiva a quella individuale.

C’è un *fil rouge* che unisce volontariato sociale, associazionismo e impresa sociale, rendendoli componenti di una vera e propria “filiera del sociale”: l’impegno per riportare il lavoro e la persona umana al centro dei processi economici.

Dalla consapevolezza delle notevoli potenzialità di sviluppo dell’impresa sociale – e del terzo settore in generale – nasce l’attività degli Osservatori camerali, fra cui, appunto, quello di Roma. Istituito nel 2004 come Osservatorio dell’Economia civile, l’Osservatorio della Camera di Commercio di Roma ha successivamente cambiato la propria denominazione in “Osservatorio sul non profit”, annoverando tra i suoi componenti, oltre a rappresentanti di terzo settore, mondo accademico e Istituzioni locali, anche esponenti del mondo profit. Ciò al fine di favorire una “contaminazione” tra settore profit e non profit, imprescindibile per facilitare quell’integrazione tra i due mondi che possa costituire la base per un nuovo modello di sviluppo, più equo e sostenibile.

L’attività dell’Osservatorio si è articolata, negli anni, in una serie di iniziative di studio e ricerca su tematiche di interesse, tra cui l’accesso al credito, il turismo sociale e responsabile, i servizi alla persona e i relativi sistemi di accreditamento, sempre con l’obiettivo di dare risposte esaustive alle problematiche emergenti nel settore.

Con la realizzazione dell’indagine “I numeri del non profit nella provincia di Roma”, l’Osservatorio ha inteso approfondire la conoscenza di questo complesso e variegato mondo, e, in particolare, delle tre forme giuridiche più

rappresentative - Organizzazioni di volontariato, Associazioni di promozione sociale e Cooperative sociali - predisponendo una solida base informativa a partire dai dati presenti nei diversi registri.

Un lavoro importante poiché, con l'attuale e persistente fase di crisi economica, si aprono, per l'impresa sociale, spazi nuovi per operare non solo nel campo dell'assistenza e dei servizi alla persona, ma anche nella cultura, nel turismo e nella promozione del territorio. Tali spazi comportano sfide inedite che necessitano di una nuova consapevolezza e, soprattutto, di una maggiore "imprenditorialità".

*Il Presidente*

*Giancarlo Cremonesi*

## INTRODUZIONE

Nell'ambito degli Osservatori tematici promossi dalla Camera di Commercio di Roma per analizzare le problematiche emergenti nel contesto socio-economico della provincia, merita di essere ricordato l'*Osservatorio sul non profit*.

Nato nel 2004 come *Osservatorio dell'economia civile* per approfondire la conoscenza delle caratteristiche e dei bisogni delle Organizzazioni senza fini di lucro (*non profit*), si propone, inoltre, di elaborare proposte per il miglior riconoscimento e la promozione di questo settore, meglio conosciuto come *non profit* o Terzo settore.

Il mondo delle organizzazioni *non profit*, ricco di associazioni, cooperative ed enti di volontariato, è talmente articolato che l'*Osservatorio* ha sentito l'esigenza di poter disporre di una serie di dati quali-quantitativi relativi alle organizzazioni che operano nell'ambito della provincia di Roma.

Tale esigenza nasce, in verità, dalla scarsa disponibilità di informazioni in materia sia a livello nazionale sia a livello locale e dalla consapevolezza che bisognerà attendere ancora molto prima di poter disporre dei risultati del *Censimento sulle istituzioni non profit*, realizzato dall'ISTAT.

L'indagine che presentiamo, quindi, tenta di colmare, almeno per quel che riguarda la provincia di Roma, un vuoto informativo che dura da diversi anni. Un attento controllo dell'evoluzione e delle tendenze di sviluppo di queste organizzazioni, infatti, consente l'aggiornamento costante delle modifiche economico-sociali in corso e, di conseguenza, delle risposte che possono dare le organizzazioni *non profit* in una situazione critica come quella che stiamo vivendo.

La ricerca si compone di un'analisi *desk*, basata sulle principali fonti amministrative disponibili a livello regionale (i registri dell'Associazionismo e del Volontariato e l'Albo delle Cooperative sociali), dalle quali risultano 6.262 organizzazioni *non profit* presenti nella provincia di Roma, e di un'analisi in

profondità realizzata attraverso la somministrazione di 300 questionari alle organizzazioni appartenenti alle tre forme giuridiche principali: Organizzazioni di volontariato, Cooperative sociali e Associazioni di Promozione sociale.

I risultati dell'indagine hanno consentito di delineare una prima parziale fotografia della situazione del Terzo settore (numerosità, distribuzione territoriale, caratteristiche delle diverse forme giuridiche) nel Lazio e nella provincia di Roma.

L'originalità della ricerca rispetto ad altre analisi sul fenomeno del Terzo settore, che tendono, generalmente, a trattarne separatamente le diverse espressioni, consiste nel procedere ad una comparazione diretta delle tre forme giuridiche selezionate, evidenziando aspetti quali l'evoluzione del fatturato, la reazione alla crisi e la propensione all'innovazione. Ciò ha permesso di mettere in luce come tra le Organizzazioni esaminate, al di là dei tratti costitutivi che le differenziano, emergano anche divergenze per quanto riguarda l'orientamento strategico e gestionale (rilevato attraverso le interviste effettuate) rispetto alla crisi, che vede coinvolti sia le singole realtà sia l'intero sistema socio-economico.

L'individuazione di adeguate misure "anti crisi" in grado di fronteggiare le problematiche evidenziate da questa ricerca, dovrebbe essere, quindi, al primo posto di una serie di provvedimenti in favore del Terzo settore.

*Il Segretario Generale*

*Pietro Abate*

## PREMESSA

Associazioni di promozione sociale<sup>1</sup>, organizzazioni di volontariato<sup>2</sup> e cooperative sociali<sup>3</sup> sono le forme giuridiche che meglio rappresentano l'evoluzione recente del settore non profit in Italia<sup>4</sup>. Si tratta, infatti, di modelli giuridico organizzativi che hanno innovato due figure tradizionali del codice civile: le associazioni da una parte e le imprese cooperative dall'altra.

Seppur attraverso modalità e percorsi diversi, associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato e cooperative sociali hanno sviluppato, secondo modalità inedite, i tratti di tipo associativo e cooperativo, per meglio perseguire finalità sociali che riguardano aspetti cruciali della qualità della vita delle persone e delle comunità: inclusione, cura, coesione sociale, cultura, educazione, ecc.

Nel caso delle organizzazioni di volontariato e delle cooperative sociali è stato riconosciuto un esplicito orientamento *public benefit*, ovvero la produzione di benefici a favore non solo dei soci o membri dell'organizzazione ma della più ampia collettività.

Ma a ben guardare, anche nel caso delle associazioni di promozione sociale che pure agiscono per soddisfare in primis gli interessi dei propri associati, si tratta di realtà diffuse così capillarmente da generare, anch'esse, un evidente contributo al benessere collettivo.

In altri termini, queste tre forme giuridiche possono essere considerate l'espressione più avanzata della capacità di autorganizzazione della società civile al fine di rispondere alle proprie esigenze secondo modalità non riconducibili né alla logica che muove le imprese di mercato ma neanche a quella dell'amministrazione pubblica, nonostante, rispetto a quest'ultima, esse condividano finalità simili.

---

<sup>1</sup> Normate a livello nazionale dalla legge n. 383/2000 ("Disciplina delle associazioni di promozione sociale").

<sup>2</sup> Legge n. 266/1991 ("Legge quadro sul volontariato").

<sup>3</sup> Legge n. 381/1991 ("Disciplina delle cooperative sociali").

<sup>4</sup> Barbetta G.P., Zamaro N. (a cura di) (2003), *Le istituzioni non profit in Italia. Dimensioni organizzative, economiche e sociali*, Il Mulino, Bologna.

Monitorare l'evoluzione e le tendenze di sviluppo di queste forme giuridiche consente, quindi, di avere "il polso della situazione" rispetto alle modalità di attivazione dei tessuti sociali e comunitari in una fase critica come quella attuale.

Le analisi riferite ad associazioni, volontariato e cooperative sociali dovrebbero essere parte integrante di sistemi informativi atti ad individuare soluzioni alla crisi, consentendo di delineare un modello di sviluppo alternativo a quello fin qui dominante basato sul binomio Stato/Mercato come elemento regolatore della vita economica e sociale.

A livello nazionale e anche locale lo stato delle informazioni relative a questi soggetti e al comparto non profit in generale è però insoddisfacente. Mancano, infatti, banche dati affidabili dalle quali trarre dati precisi e rigorosi non solo sullo stato attuale, ma anche sull'evoluzione nel breve/medio periodo.

Il nuovo Censimento sulle Istituzioni non profit promosso dall'Istat e gestito dalla rete delle Camere di Commercio potrà rispondere, ma solo fra qualche tempo, a queste esigenze.

D'altro canto le indagini settoriali avviate dallo stesso Istituto di statistica e riferite alle organizzazioni di volontariato<sup>5</sup> e alle cooperative sociali<sup>6</sup> sono state chiuse a metà anni duemila, senza che peraltro si potesse avviare un piano di rilevazioni simile per le associazioni di promozione sociale.

L'indagine di cui verranno presentati i risultati nelle pagine seguenti intende, quindi, contribuire a colmare questo vuoto informativo, almeno per quanto riguarda la provincia di Roma. La rilevazione vera e propria condotta attraverso la somministrazione di un questionario a un campione di 300 organizzazioni di Roma e provincia equamente distribuite tra le tre forme giuridiche<sup>7</sup>, è stata preceduta da un'analisi desk sulle principali fonti amministrative disponibili a livello regionale.

---

<sup>5</sup> Istat (a cura di) (2005), *Le organizzazioni di volontariato in Italia. Anno 2003*, Informazioni, Roma.

<sup>6</sup> Istat (a cura di) (2008), *Le cooperative sociali in Italia. Anno 2005*, Informazioni, Roma.

<sup>7</sup> L'indagine sul campo ha raggiunto un campione di 300 enti appartenenti al settore Non profit operanti in provincia di Roma e suddivisi in Associazioni di Promozione Sociale, Organizzazioni di Volontariato e Cooperative Sociali. La popolazione obiettivo complessiva è costituita dalle 6.262 organizzazioni presenti al 31/12/2010 rispettivamente nel Registro

Ciò ha consentito di meglio campionare i soggetti da coinvolgere nell'indagine, ma anche di ottenere una misura aggiornata dell'universo di associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato e cooperative sociali presenti a livello regionale (Lazio) e provinciale (Roma e altri comuni).

La prima parte del Rapporto di ricerca sarà, quindi, dedicata alla presentazione dei dati sulla numerosità complessiva, sulla distribuzione territoriale e, in misura minore, su altre caratteristiche delle diverse forme giuridiche, con particolare riguardo alle tendenze delle organizzazioni attive nella provincia di Roma.

Nella seconda parte, invece, verranno presentati i risultati della rilevazione campionaria realizzata nella stessa provincia, che si concentreranno su alcuni aspetti specifici ovvero:

- i caratteri strutturali: anzianità, settore di intervento, risultati economici e occupazionali;
- i fattori endogeni ed esogeni che hanno fin qui determinato le traiettorie di sviluppo dell'organizzazione;
- le performance economiche e i mercati di riferimento; quest'ultimo punto rappresenta il cuore della rilevazione che è stata realizzata anche attraverso la raccolta di dati di "sentiment" riguardanti l'impatto della crisi economica.

---

Regionale dell'Associazionismo (1.269 enti) - ex L. R. 22/99 -, nel Registro Regionale delle Organizzazioni di Volontariato (3.583 organizzazioni) - ex L. R. 29/93 - e nell'Albo Regionale delle Cooperative Sociali (1.410 cooperative) - ex L. R. 24/96 -. Considerata la contenuta numerosità campionaria complessiva ed onde fornire un accettabile livello di significatività delle risposte, la stratificazione è avvenuta considerando un peso uguale per le tre tipologie di enti oggetto dell'indagine; l'estrazione all'interno dei tre gruppi è stata effettuata, poi, attraverso l'utilizzo di apposite tavole di numeri casuali. La raccolta delle informazioni è stata curata dalla società GN Research Spa di Roma che ha somministrato il questionario telefonico con il metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), nel periodo compreso tra il 5 ed il 30 settembre 2011.

Solitamente le indagini sul fenomeno del terzo settore tendono a trattare separatamente le sue diverse espressioni<sup>8</sup>.

In questo caso, invece, si procederà attraverso una comparazione diretta tra i risultati fatti segnare da associazioni di promozione sociale, organizzazioni di volontariato e cooperative sociali, cercando così di mettere in luce se, oltre alle differenze nei tratti costitutivi (forma giuridica, settore di attività, ecc.), emergano anche divergenze a livello di orientamento strategico e scelte gestionali in questa fase così difficile sia per le singole realtà che per l'intero sistema socioeconomico.

---

<sup>8</sup> Cnel / Istat (a cura di) (2008), *Primo rapporto Cnel / Istat sull'economia sociale. Dimensioni e caratteristiche strutturali delle istituzioni non profit in Italia*, Roma.

# 1. L'ANALISI STRUTTURALE DEL SETTORE NON PROFIT NEL LAZIO

## 1.1 La quantificazione del settore

Sono oltre 6.200 le organizzazioni che operano nel Lazio attraverso le tre forme giuridiche oggetto di analisi. Come era facile ipotizzare la maggior parte (64,4%) si concentra in provincia di Roma, con una quota molto significativa (oltre il 70%) se si considerano le sole associazioni di promozione sociale.

Le cooperative sociali presentano, invece, una distribuzione meno polarizzata sul capoluogo di regione e le organizzazioni di volontariato si collocano in una posizione intermedia.

**Tab. 1.1 - Consistenza e distribuzione provinciale delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) del Lazio (Anno 2010)**

Provincia	APS		OdV		CS		Totale Enti Non Profit	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Frosinone	123	9,7	502	14,0	242	17,2	867	13,9
Latina	134	10,6	422	11,8	184	13,0	740	11,8
Rieti	44	3,5	147	4,1	60	4,3	251	4,0
Roma	923	72,7	2.268	63,3	843	59,8	4.034	64,4
Viterbo	45	3,5	244	6,8	81	5,7	370	5,9
<b>Lazio</b>	<b>1.269</b>	<b>100,0</b>	<b>3.583</b>	<b>100,0</b>	<b>1.410</b>	<b>100,0</b>	<b>6.262</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

La conferma della diversa distribuzione sul territorio regionale delle organizzazioni oggetto d'indagine, si ha guardando ai singoli ambiti provinciali. Se è vero, infatti, che a livello regionale la tipologia più diffusa è quella dell'organizzazione di volontariato (57,2%), seguita a distanza dalla cooperativa sociale e dall'organizzazione di volontariato, si notano altresì alcune significative peculiarità locali.

Roma e la sua provincia rappresentano, infatti, un contesto particolarmente ideale per le associazioni di promozione sociale (23% circa del totale Roma), mentre Viterbo evidenzia una significativa presenza di organizzazioni di volontariato (65,9%). Frosinone, infine, si caratterizza per un'incidenza significativa di cooperative sociali (poco meno del 30% del totale).

**Tab. 1.2 - Consistenza e distribuzione delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) per singola provincia del Lazio (Anno 2010)**

Provincia	APS		OdV		CS		Totale Enti Non Profit	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Frosinone	123	14,2	502	57,9	242	27,9	867	100,0
Latina	134	18,1	422	57,0	184	24,9	740	100,0
Rieti	44	17,5	147	58,6	60	23,9	251	100,0
Roma	923	22,9	2.268	56,2	843	20,9	4.034	100,0
Viterbo	45	12,2	244	65,9	81	21,9	370	100,0
<b>Lazio</b>	<b>1.269</b>	<b>20,2</b>	<b>3.583</b>	<b>57,2</b>	<b>1.410</b>	<b>22,6</b>	<b>6.262</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

Un ulteriore approfondimento rispetto alla diffusione dei diversi soggetti non profit può essere effettuato parametrando le tre forme giuridiche rispetto alla popolazione residente nelle diverse province. Il risultato è una ancor migliore definizione delle peculiarità territoriali, sia considerando l'insieme delle organizzazioni che le singole forme.

**Tab. 1.3 - Consistenza per 100 mila abitanti delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) per singola provincia del Lazio (Valori assoluti - Anno 2010)**

Provincia	APS	OdV	CS	Totale Enti Non Profit
Frosinone	24,7	100,8	48,6	174,1
Latina	24,3	91,1	33,4	134,2
Rieti	27,5	91,9	37,5	156,9
Roma	22,2	54,6	20,3	97,1
Viterbo	14,1	76,7	25,4	116,3
<b>Lazio</b>	<b>22,3</b>	<b>63,1</b>	<b>24,8</b>	<b>110,2</b>

Fonte: Elaborazioni su dati Regione Lazio e Istat, 2010

Frosinone si conferma, ancora una volta, un contesto sociale dove agiscono molte organizzazioni non profit, in particolare attraverso la forma giuridica dell'organizzazione di volontariato. Seguono Latina e Rieti che risentono di una minore diffusione di cooperative sociali.

A Roma, invece, si nota una generalizzata, minore diffusione di soggetti non profit in tutte le forme giuridiche considerate, in quanto non raggiunge, unica provincia laziale, la soglia delle 100 organizzazioni ogni centomila abitanti. Allo

stesso modo Viterbo si colloca nella parte bassa della graduatoria, in particolare a causa della bassa intensità di associazioni di promozione sociale rispetto alla popolazione residente.

## 1.2 Le cooperative sociali

Considerando la sola forma giuridica della cooperativa sociale è possibile proporre ulteriori dati relativi allo scenario regionale. Si tratta in particolare della diffusione di queste imprese all'interno delle varie tipologie previste dalla legge di riferimento (l. n. 381/91 a livello nazionale e recepimento regionale n. 24/96). La normativa, infatti, definisce tipologie che approssimano alcuni macro settori di attività, ovvero:

- cooperative sociali di tipo A che producono servizi sociali, assistenziali, educativi;
- cooperative sociali di tipo B che svolgono una qualsiasi attività economica finalizzata all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate;
- cooperative "miste" che svolgono attività sia di tipo A che di tipo B;
- consorzi che aggregano cooperative sociali (nella misura minima del 70% della compagine sociale) svolgendo funzioni di coordinamento e di sostegno allo sviluppo.

Tab. 1.4 - Distribuzione delle cooperative sociali per tipologia e per singola provincia del Lazio (Anno 2010)

Provincia	Tipo A		Tipo B		Consorzi		Miste		Totale Cooperative Sociali	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Frosinone	67	14,3	128	17,9	10	17,5	37	21,9	242	17,2
Latina	55	11,7	98	13,7	3	5,3	28	16,6	184	13,0
Rieti	23	4,9	26	3,6	2	3,5	9	5,3	60	4,3
Roma	304	64,8	428	59,9	39	68,4	72	42,6	843	59,8
Viterbo	20	4,3	35	4,9	3	5,3	23	13,6	81	5,7
<b>Lazio</b>	<b>469</b>	<b>100,0</b>	<b>715</b>	<b>100,0</b>	<b>57</b>	<b>100,0</b>	<b>169</b>	<b>100,0</b>	<b>1.410</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

Come già evidenziato da altre indagini nazionali<sup>9</sup> il contesto laziale si caratterizza soprattutto per una significativa diffusione, ormai storicizzata, di cooperative sociali “miste”, ovvero che operano sia producendo servizi sociali che organizzando attività di inserimento lavorativo. La loro presenza è particolarmente significativa soprattutto nelle province diverse dalla capitale, dove invece si concentra una quota significativa di imprese che erogano servizi di welfare (64,8% Tipo A).

**Tab. 1.5 - Incidenza delle cooperative sociali per tipologia per singola provincia del Lazio (Anno 2010)**

Provincia	Tipo A		Tipo B		Consorzi		Miste		Totale Cooperative Sociali	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Frosinone	67	27,7	128	52,9	10	4,1	37	15,3	242	100,0
Latina	55	29,9	98	53,3	3	1,6	28	15,2	184	100,0
Rieti	23	38,3	26	43,3	2	3,3	9	15,1	60	100,0
Roma	304	36,1	428	50,8	39	4,6	72	8,5	843	100,0
Viterbo	20	24,7	35	43,2	3	3,7	23	28,4	81	100,0
<b>Lazio</b>	<b>469</b>	<b>33,2</b>	<b>715</b>	<b>50,7</b>	<b>57</b>	<b>4,1</b>	<b>169</b>	<b>12,0</b>	<b>1.410</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

A Viterbo, in particolare, le cooperative ad oggetto misto raggiungono una quota assai significativa pari a poco meno del 30% del totale. L’effetto delle cooperative miste incide sugli equilibri tra cooperative sociali di tipo A e di tipo B a favore di queste ultime.

Infatti, se a livello nazionale le cooperative impegnate nella produzione di servizi sociali, assistenziali ed educativi costituiscono la quota più rilevante, a livello regionale le tipo A non superano il 40% del totale. Nel caso dei consorzi, infine, l’incidenza è in linea con la media nazionale (3,9%; Fonte: Istat), anche per quanto riguarda la concentrazione di questa tipologia nell’area metropolitana romana.

<sup>9</sup> Istat (a cura di) (2008), *Le cooperative sociali in Italia...* op. cit.

### 1.3 Le peculiarità della provincia di Roma

Il contesto della capitale e della sua provincia presenta un andamento peculiare rispetto al resto della regione che merita di essere approfondito, anche perché proprio in questo ambito è stata effettuata la rilevazione i cui risultati verranno presentati nelle pagine seguenti.

Per approfondire le caratteristiche di questo particolare contesto verranno presentati alcuni dati che mettono a confronto il comune capitale e le altre municipalità della provincia allo scopo di evidenziare, per approssimazione, le dinamiche proprie dell'area metropolitana.

**Tab. 1.6 - Consistenza e distribuzione delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) nel Comune di Roma e negli comuni della provincia (Anno 2010)**

	APS		OdV		CS		Totale Enti Non Profit	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Comune di Roma	681	73,8	1.531	67,5	532	63,1	2.744	68,1
Altri comuni	242	26,2	737	32,5	311	36,9	1.290	31,9
<b>Totale Provincia</b>	<b>923</b>	<b>100,0</b>	<b>2.268</b>	<b>100,0</b>	<b>843</b>	<b>100,0</b>	<b>4.034</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

È proprio il Comune di Roma che attrae una parte significativa delle diverse tipologie non profit (68,1%), con una quota ancor più significativa di associazioni di promozione sociale (74% circa).

**Tab. 1.7 - Incidenza delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) nel Comune di Roma e negli altri comuni della provincia (Anno 2010)**

	APS		OdV		CS		Totale Enti Non Profit	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Comune di Roma	681	24,8	1.531	55,8	532	19,4	2.744	100,0
Altri comuni	242	18,7	737	57,1	311	24,2	1.290	100,0
<b>Totale Provincia</b>	<b>923</b>	<b>22,9</b>	<b>2.268</b>	<b>56,2</b>	<b>843</b>	<b>20,9</b>	<b>4.034</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Regione Lazio, 2010

Questa tendenza ad assorbire una parte significativa di associazioni viene confermata guardando al peso relativo delle tre forme giuridiche.

Risulta, infatti, che nel comune capitale opera una percentuale relativamente maggiore di associazioni di promozione sociale (25% circa), mentre negli altri comuni ha sede una componente più significativa di cooperative sociali (24,2%). Non si notano, invece, sostanziali differenze per quanto riguarda le organizzazioni di volontariato che, anche in provincia di Roma, risultano essere la forma giuridica più diffusa.

Infine, l'indicatore del numero di organizzazioni ogni centomila abitanti mette in luce la migliore performance del Comune di Roma, con l'eccezione delle cooperative sociali che, invece, sono più diffuse nelle altre municipalità.

**Tab. 1.8 - Consistenza per 100 mila abitanti delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) nel Comune di Roma e negli altri comuni della provincia (Valori assoluti - Anno 2010)**

	APS	OdV	CS	Totale Enti Non Profit
Comune di Roma	24,8	55,8	19,4	100,0
Altri comuni	17,1	52,2	22,0	91,4
<b>Totale Provincia</b>	<b>22,2</b>	<b>54,6</b>	<b>20,3</b>	<b>97,1</b>

Fonte: Elaborazioni su dati Regione Lazio e Istat, 2010

#### 1.4 Le cooperative sociali in provincia di Roma

Dopo aver delineato il quadro relativo alla distribuzione per forma giuridica e contesto territoriale è possibile approfondire alcuni caratteri relativi alle sole cooperative sociali della provincia di Roma. Pur trattandosi di dati ricavati da una fonte diversa (Istat) e non essendo aggiornati rispetto a quelli dell'Albo, si tratta comunque di informazioni utili a delineare un primo "identikit" delle imprese a finalità sociale operanti a Roma e provincia.

**Tab. 1.9 - Distribuzione per anno di inizio attività delle cooperative sociali in provincia di Roma (Anno 2009)**

	v.a.	%
Prima del 1991	103	13,0
Dal 1991 al 2000	218	27,3
Dopo il 2000	476	59,7
<b>Totale Cooperative Sociali</b>	<b>797</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, 2009

Una prima informazione riguarda l'anzianità delle cooperative sociali romane. I dati disponibili sono stati aggregati in tre classi d'ampiezza che corrispondono, a grandi linee, ad altrettanti fasi del ciclo di vita di questo fenomeno imprenditoriale. Si può notare, da questo punto di vista, la presenza di un gruppo, pari al 13% del totale, di cooperative sociali pioniere sorte prima dell'approvazione della legge nazionale di riferimento (n. 381/91).

Sono, quindi, imprese che operano ormai da oltre vent'anni. Lo strato intermedio, pari a poco più di 1/4 del totale corrisponde, invece, alle cooperative sociali sorte sull'onda dell'approvazione della normativa. Ma la fascia più consistente, quasi il 60%, è composta da organizzazioni nate in epoca relativamente recente, ovvero dal 2000 in avanti.

Un anno durante il quale è stata approvata un'altra importante legge, ovvero quella che ha riformato il comparto dei servizi sociali (L. 328/00) che rappresenta uno dei più significativi settori di attività delle cooperative sociali.

**Tab. 1.10 - Distribuzione per settore di attività delle cooperative sociali in provincia di Roma (Anno 2009)**

	v.a.	%
Sanità e assistenza sociale	313	39,3
Noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese	229	28,7
Altre attività di servizi	53	6,6
Servizi di informazione e comunicazione	34	4,3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	31	3,9
Attività dei servizi di alloggio e ristorazione	30	3,8
Costruzioni	27	3,4
Trasporto e magazzinaggio	19	2,4
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	18	2,3
Attività professionali, scientifiche e tecniche	18	2,3
Attività manifatturiere	15	1,9
Fornitura di acqua, reti fognarie e gestione dei rifiuti	9	1,1
Estrazione di minerali da cave e miniere	1	0,1
<b>Totale Cooperative Sociali</b>	<b>797</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, 2009

La centralità del comparto dei servizi sociali e sociosanitari viene confermata anche dall'analisi dei settori di intervento, in quanto circa il 40% delle cooperative sociali vi opera.

Gli altri comparti, ad eccezione del noleggio e servizi di supporto alle imprese (in cui si concentrano il 28,7% delle cooperative sociali), non raggiungono, invece, risultati significativi e nel loro insieme corrispondono, sostanzialmente, alle diverse attività economiche svolte dalle cooperative sociali di tipo B impegnate nella gestione di percorsi di inserimento lavorativo per persone svantaggiate.

Ulteriori indicatori dimensionali delle cooperative sociali presenti in provincia di Roma riguardano il giro d'affari e la creazione di occupazione.

**Tab. 1.11 - Distribuzione delle cooperative sociali in provincia di Roma per classi di addetti (Anno 2009)**

	v.a.	%
Da 1 a 9 addetti	513	64,4
Da 10 a 49 addetti	224	28,1
50 e oltre addetti	60	7,5
<b>Totale Cooperative Sociali</b>	<b>797</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, 2009

In entrambi i casi emerge una tendenza piuttosto chiara: si tratta di imprese di piccole dimensioni in quanto quasi 2/3 conta al proprio interno non più di 9 addetti e il 44,5% realizza un giro d'affari inferiore ai 100 mila euro. Pur non potendo effettuare incroci tra le variabili relative all'anno di costituzione e alle performance economiche e occupazionali, emerge il carattere *labour intensive* di queste esperienze imprenditoriali che riescono a creare lavoro pur contando su un giro d'affari relativamente limitato.

**Tab. 1.12 - Distribuzione delle cooperative sociali in provincia di Roma per classi di fatturato (Anno 2009)**

	v.a.	%
Meno di 100 mila euro	355	44,5
Da 100 mila a 499 mila euro	257	32,3
Da 500 mila a 999 mila euro	79	9,9
Da 1 milione a 1,99 milioni di euro	51	6,4
2 milioni di euro e oltre	55	6,9
<b>Totale Cooperative Sociali</b>	<b>797</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Istat, 2009

Oltre al dato sulla tendenza generale è utile guardare anche alle code della distribuzione di frequenza dove, invece, si colloca un numero limitato di cooperative sociali (circa il 7%) che realizza comunque significativi risultati sia in termini economici (un fatturato pari o superiore ai 2 milioni di euro) che di creazione di occupazione (cinquanta e oltre addetti retribuiti).



## 2. I RISULTATI DELL'INDAGINE PRESSO GLI OPERATORI

### 2.1 Caratteri strutturali del campione d'indagine

Gli indicatori strutturali presentati di seguito rappresentano elementi informativi utili a disegnare un primo quadro conoscitivo relativo alle forme giuridiche non profit coinvolte nell'indagine, al fine di evidenziarne gli elementi comuni e le specificità. Questi stessi dati verranno poi utilizzati per cercare di approfondire le tendenze relative ai principali oggetti di interesse della rilevazione ovvero i fattori di sviluppo e le performance economiche all'interno delle tre diverse tipologie di soggetti coinvolti nell'indagine.

Il campione coinvolto nell'indagine field è composto da 300 organizzazioni che si suddividono equamente fra organizzazioni di volontariato, cooperative sociali e associazioni di promozione sociale.

**Tab. 2.1 - Distribuzione territoriale delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) nel Comune di Roma e negli altri comuni della provincia (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Comune di Roma	77,0%	55,0%	73,0%	68,3%
Altri comuni	23,0%	45,0%	27,0%	31,7%
<b>Totale Provincia</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011*

Il 68,3% ha sede nel Comune di Roma. Si notano alcune differenze che riguardano in particolare le cooperative sociali; queste, infatti, tendono a collocarsi in comuni diversi da quello di Roma (45% contro il 27% delle associazioni e il 23% delle organizzazioni di volontariato). Sempre a proposito di cooperative sociali va ricordata anche la suddivisione del campione nelle varie tipologie: 36% di tipo A, 31% di tipo B, 30% ad oggetto misto e la parte rimanente consorzi.

**Tab. 2.2 - Anno di costituzione delle associazioni di promozione sociale (APS), delle organizzazioni di volontariato (OdV) e delle cooperative sociali (CS) in provincia di Roma (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Prima del 1990	12,0	22,0	11,0	15,0
1991 - 2000	34,0	32,0	21,0	29,0
Dal 2001 in poi	54,0	46,0	68,0	56,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011*

L'età delle organizzazioni coinvolte nell'indagine è stata calcolata a partire dall'assunzione della forma giuridica attuale. Questa richiesta potrebbe aver influenzato le distribuzioni di frequenza, in particolare per quanto riguarda le associazioni di promozione sociale la cui legge di riferimento è stata approvata più di recente (anno 2000) rispetto alle norme su organizzazioni di volontariato e su cooperative sociali (1991).

Probabilmente ciò spiega il fatto che proprio le associazioni di promozione sociale sono i soggetti più "giovani", in quanto poco meno del 70% si è costituito dal 2001 in poi. Non è da escludere, quindi, che una parte di queste organizzazioni preesistesse in altra forma giuridica prima dell'approvazione della nuova legge di settore. In ogni caso anche le organizzazioni di volontariato tendono a concentrare la loro crescita in anni recenti visto che oltre la metà è stata costituita nel nuovo millennio.

Diverso, invece, è il caso delle cooperative sociali che presentano un nutrito gruppo consolidato, pari a 1/5 del totale, costituitosi prima del 1990, in un'epoca in cui non era stata ancora approvata la normativa di riferimento, segnando, quindi, una sovra rappresentazione di questo segmento rispetto a quanto emerso dall'analisi sui dati Istat svolta nella sezione precedente.

Tab. 2.3 - Principali settori di attività (Valori percentuali)\*

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Servizi alla persona e servizi socio-sanitari	60,0	74,0	42,0	58,6
Politiche educative (attività socio educative)	28,0	34,0	44,0	35,3
Istruzione, ricerca e formazione	23,0	8,0	30,0	20,3
Sport	3,0	0,0	4,0	2,3
Cultura	15,0	6,0	50,0	23,7
Attività ricreativa	10,0	9,0	12,0	10,3
Commercio - pubblico esercizio	1,0	7,0	2,0	3,3
Turismo	0,0	5,0	3,0	2,7
Ecologia e servizi ambientali	21,0	10,0	5,0	12,0
Promozione dei diritti dei cittadini	7,0	7,0	7,0	7,0
Agricoltura	0,0	2,0	1,0	1,0
Cooperazione internazionale	0,0	0,0	1,0	0,3
Protezione civile	9,0	0,0	3,0	4,0

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Guardando alle attività svolte dalle diverse forme giuridiche non profit emergono alcuni elementi di differenziazione interna: cooperative sociali e organizzazioni di volontariato si collocano in maniera consistente nel campo dei servizi sociali ed educativi, mentre le associazioni di promozione sociale operano soprattutto in ambito culturale.

D'altro canto la maggior rilevanza dell'uno o dell'altro settore non appare comunque esclusiva, soprattutto in campo sociale ed educativo dove opera una percentuale significativa di associazioni di promozione sociale. Piuttosto vale la pena di osservare come al di fuori delle polarità rappresentate da servizi sociali, educativi e culturali la presenza di associazionismo, volontariato e cooperazione sociale tenda a diradarsi in maniera piuttosto significativa anche se con livelli d'intensità diversi a seconda della forma giuridica considerata.

Incrociando i settori di attività con altre variabili oggetto di analisi in questo stesso paragrafo emergono risultati significativi considerando soprattutto l'anno di costituzione delle organizzazioni. Infatti, quelle sorte in epoca più recente (dopo il 2000) tendono a individuare *core-business* diversi rispetto a quelle più anziane.

Diminuisce, infatti, la quota percentuale relativa ai servizi socio assistenziali (52,4%) e aumenta, invece, la quota nei settori educativo (36,9%) e soprattutto dell'istruzione (22,6%) e della produzione culturale (29,2%).

**Tab. 2.4 - Settori di attività per anno di costituzione dell'organizzazione (Valori percentuali)\***

	Prima del 1990	1991-2000	2001 in poi	Totale Enti Non Profit
Servizi alla persona e servizi socio-sanitari	77,8	60,9	52,4	58,6
Politiche educative (attività socio educative)	35,6	32,2	36,9	35,3
Istruzione, ricerca e formazione	17,8	17,2	22,6	20,3
Sport	2,2	1,1	3,0	2,3
Cultura	15,6	17,2	29,2	23,7
Attività ricreativa	11,1	6,9	11,9	10,3
Commercio - pubblico esercizio	0,0	3,4	4,2	3,3
Turismo	0,0	3,4	3,0	2,7
Ecologia e servizi ambientali	6,7	11,5	13,7	12,0
Promozione dei diritti dei cittadini	4,4	6,9	7,7	7,0
Agricoltura	0,0	1,1	1,2	1,0
Cooperazione internazionale	0,0	0,0	0,6	0,3
Protezione civile	6,7	4,6	3,0	4,0

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Le classi d'ampiezza utilizzate per riclassificare il giro d'affari delle organizzazioni non profit non consentono analisi particolarmente approfondite di questo importante indicatore soprattutto per quanto riguarda le classi più basse dove si concentra la quasi totalità di esse. Poco meno del 90%, infatti, indica un fatturato inferiore alla soglia dei 300 mila euro.

**Tab. 2.5 - Fatturato 2010 per classi dimensionali (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Fino a 300mila euro	96,0	81,0	92,0	89,7
Da 301mila a 1 milione di euro	3,0	8,0	3,0	4,7
Oltre 1 milione di euro	1,0	11,0	5,0	5,6
<b>Totale Fatturato</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Un parziale effetto di controtendenza è dovuto alle cooperative sociali che tendono a collocarsi in maniera più significativa nelle classi di ampiezza più consistenti: circa 10 cooperative sociali sulle 100 rilevate segnano un fatturato superiore al milione di euro, mentre a questi livelli la presenza di associazioni di promozione e soprattutto di organizzazioni di volontariato è praticamente trascurabile.

**Tab. 2.6 - Composizione percentuale del capitale umano (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Dipendenti	4,1	50,1	6,5	20,2
Assimilati (Collaboratori, ecc.)	1,2	15,0	2,7	6,3
Consulenti	1,1	7,2	2,7	3,7
Soci volontari	72,3	24,4	66,4	54,4
Altri volontari non soci	21,3	3,3	21,7	15,4
<b>Totale Capitale Umano</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011*

Un'ultima misura di carattere strutturale riguarda la composizione del capitale umano. Si tratta dell'indicatore che forse meglio di tutti mette in luce le peculiarità dei diversi modelli giuridico organizzativi, in particolare di quello delle cooperative sociali.

Queste organizzazioni, infatti, presentano un mix relativamente più equilibrato tra volontari (soprattutto soci) e occupati (con una quota rilevante di consulenti e collaboratori). Associazionismo e volontariato investono, invece, decisamente sul lavoro volontario (sia associato che non).

Come è facile ipotizzare la composizione tende a mutare anche in modo consistente se si considera l'età dell'organizzazione e altre variabili a loro volta correlate come l'ammontare del giro d'affari.

Per i soggetti non profit costituiti ad inizio millennio prevalgono, infatti, i lavoratori volontari (soci e non) che rappresentano una quota pari al 75,1% del totale del capitale umano disponibile.

**Tab. 2.7 - Composizione percentuale del capitale umano per anno di costituzione dell'organizzazione (Valori percentuali)**

	Prima del 1990	1991-2000	2001 in poi	Totale Enti Non Profit
Dipendenti	26,0	19,5	16,8	20,2
Assimilati (Collaboratori, ecc.)	10,2	8,0	4,6	6,3
Consulenti	3,8	5,2	3,0	3,7
Soci volontari	48,2	46,9	60,8	54,4
Altri volontari non soci	11,8	20,0	14,3	15,4
<b>Totale Capitale Umano</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Una percentuale simile (73% circa) viene realizzata da organizzazioni che non superano i 300 mila euro di fatturato, molte delle quali, con tutta probabilità, sono in fase di start up.

**Tab. 2.8 - Composizione percentuale del capitale umano per classe di fatturato (Valori percentuali)**

	Fino a 300 mila euro	Da 301 a 1 milione di euro	Oltre 1 milione di euro	Totale Enti Non Profit
Dipendenti	18,3	35,1	38,9	20,2
Assimilati (Collaboratori, ecc.)	5,3	14,5	15,2	6,3
Consulenti	3,6	5,1	4,4	3,7
Soci volontari	57,4	30,4	26,5	54,4
Altri volontari non soci	15,5	14,9	15,0	15,4
<b>Totale Capitale Umano</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

## 2.2 Fattori di sviluppo delle organizzazioni non profit

Al fine di analizzare i fattori di sviluppo sia interni alle organizzazioni che riferiti al contesto in cui esse operano, è necessario premettere alcune considerazioni in merito alle finalità, o mission, delle diverse forme giuridiche coinvolte nell'indagine.

Anche sulla mission emergono alcune chiare peculiarità delle cooperative sociali rispetto ad associazioni di promozione sociale e organizzazioni di volontariato.

Queste ultime, infatti, individuano negli utenti (in generale e in condizioni di svantaggio) il punto di riferimento della loro attività. Le cooperative sociali,

invece, sono alle prese con un mix di interessi che comprende, in quota rilevante, anche i produttori dei beni e servizi che nella maggioranza dei casi sono operatori retribuiti.

**Tab. 2.9 - Finalità "più importante" perseguita dall'organizzazione (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Costituire una fonte di reddito per i soci e/o per i dipendenti dell'organizzazione	2,0	30,0	3,0	11,7
Migliorare la qualità delle condizioni di vita degli utenti	65,0	34,0	58,0	52,3
Garantire il recupero di persone con disagio sociale	23,0	23,0	26,0	24,0
Garantire la presenza di una organizzazione che rappresenti le esigenze economiche / diritti dei cittadini	10,0	13,0	13,0	12,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Questo mix di interessi tende a differenziarsi considerando le dimensioni economiche dell'organizzazione: al crescere di queste ultime, infatti, si assiste ad una progressiva concentrazione sugli interessi e le esigenze dei dipendenti (29,4% dei casi nella classe di fatturato superiore al milione di euro a fronte dell'11,7% medio), mentre invece per quelle unità di piccole dimensioni hanno maggior rilevanza le condizioni di vita degli utenti (54,6% dei casi nella classe di fatturato fino a 300 mila euro a fronte del 52,3% medio).

**Tab. 2.10 - Finalità "più importante" perseguita dall'organizzazione per classe di fatturato (Valori percentuali)**

	Fino a 300 mila euro	Da 301 a 1 milione di euro	Oltre 1 milione di euro	Totale Enti Non Profit
Costituire una fonte di reddito per i soci e/o per i dipendenti dell'organizzazione	9,3	35,7	29,4	11,7
Migliorare la qualità delle condizioni di vita degli utenti	54,6	42,9	23,5	52,3
Garantire il recupero di persone con disagio sociale	24,2	14,3	29,4	24,0
Garantire la presenza di una organizzazione che rappresenti le esigenze economiche / diritti dei cittadini	11,9	7,1	17,6	12,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Una volta chiarite le motivazioni di fondo, di origine valoriale e culturale, che sono all'origine del progetto organizzativo si possono prendere in esame alcuni dati che ricostruiscono le traiettorie di sviluppo, ad iniziare dalle difficoltà incontrate nella fase di start up.

Una quota rilevante delle organizzazioni coinvolte - poco più di 1/3 - ha dichiarato di non aver incontrato particolari difficoltà in fase di avvio; si tratta soprattutto di organizzazioni di volontariato e, in posizione più distaccata, di associazioni di promozione sociale.

**Tab. 2.11 - Difficoltà incontrate nella fase di avvio dell'organizzazione (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Complessità adempimenti burocratici	25,0	28,0	26,0	26,3
Reperimento capitale	27,0	38,0	36,0	33,7
Disponibilità di locali per svolgere l'attività	14,0	9,0	16,0	13,0
Carenza di conoscenze gestionali e produttive	7,0	8,0	6,0	7,0
Reperimento personale qualificato	6,0	11,0	0,0	5,7
Ricerca clienti e fornitori	6,0	9,0	2,0	5,7
Nessuna difficoltà	39,0	30,0	35,0	34,7

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Questa quota tende a crescere se si considerano le unità con sede nel Comune di Roma (37,1%) .

**Tab. 2.12 - Difficoltà incontrate nella fase di avvio dell'organizzazione per Comune di Roma e altri comuni della provincia (Valori percentuali)\***

	Comune di Roma	Altri comuni	Totale Provincia
Complessità adempimenti burocratici	23,9	31,6%	26,3
Reperimento capitale	33,2	34,7%	33,7
Disponibilità di locali per svolgere l'attività	13,7	11,6%	13,0
Carenza di conoscenze gestionali e produttive	8,3	4,2%	7,0
Reperimento personale qualificato	5,4	6,3%	5,7
Ricerca clienti e fornitori	6,3	4,2%	5,7
Nessuna difficoltà	37,1	29,5%	34,7

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Tra quelle che, invece, hanno incontrato difficoltà in fase di avvio sono stati evidenziati soprattutto problemi di reperimento del capitale che, senza sorprendere, coinvolge soprattutto le organizzazioni di chiara natura imprenditoriale come le cooperative sociali (38%).

Sulla scorta di questa ultima osservazione risulta interessante approfondire le modalità attraverso cui le diverse forme giuridiche si sono finanziate. Anche in questo caso emerge una modalità piuttosto univoca e già conosciuta, ovvero l'autofinanziamento, seguito a distanza dalle donazioni, ossia dallo strumento di finanziamento più tipico delle organizzazioni non profit, in particolare di quelle di tipo volontaristico (43%).

Le cooperative sociali, oltre ad un notevole impegno per raccogliere capitale proprio, accedono anche a finanziamenti pubblici (23% dei casi) e a credito finanziario (17%) più di quanto non facciano le organizzazioni di volontariato e le associazioni di promozione sociale, anche se, tutto sommato, in percentuali non così significative, considerando l'aumentato numero di operatori finanziari privati specializzati nel settore dell'imprenditorialità sociale.

**Tab. 2.13 - Principale canale di finanziamento in fase di avvio (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Capitale proprio / sociale	73,0	74,0	77,0	74,7
Donazioni di privati	43,0	25,0	30,0	32,7
Credito bancario o di altri intermediari finanziari	2,0	17,0	10,0	9,7
Incentivi/ contributi pubblici	17,0	23,0	19,0	19,7

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Le donazioni si rivelano cruciali anche per le organizzazioni di dimensioni economiche "intermedie", cioè con un giro d'affari tra i 301 mila e un milione di euro.

**Tab. 2.14 - Principale canale di finanziamento in fase di avvio per classe di fatturato (Valori percentuali)\***

	Fino a 300 mila euro	Da 301 a 1 milione di euro	Oltre 1 milione di euro	Totale Enti Non Profit
Capitale proprio / sociale	75,1	64,3	76,5	74,7
Donazioni di privati	32,3	42,9	29,4	32,7
Credito bancario o di altri intermediari finanziari	8,9	21,4	11,8	9,7
Incentivi/contributi pubblici	19,7	28,6	11,8	19,7

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Lo sviluppo dell'organizzazione può essere analizzato guardando anche all'andamento di alcuni importanti principali parametri organizzativi nel breve periodo (ultimo triennio), indicandone a livello percettivo la diminuzione, la stabilità o l'aumento.

I dati riportati riguardano le tendenze all'aumento ed evidenziano una chiara correlazione positiva tra crescita della qualità e aumento dei costi, in particolare per le organizzazioni come le cooperative sociali che più sono impegnate nella produzione di beni e di servizi.

Il contributo allo sviluppo degli altri indicatori è, tutto sommato, minoritario rispetto alla tendenza appena descritta, con la parziale eccezione del parametro relativo alla quantità di beni prodotti che risulta in decisa crescita soprattutto per le organizzazioni di volontariato e per le cooperative sociali.

**Tab. 2.15 - Incidenza dello sviluppo positivo dei parametri organizzativi sulle organizzazioni nell'ultimo triennio (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Quantità dei servizi prodotti	40,0	31,0	25,0	32,0
Qualità dei servizi prodotti	39,0	46,0	41,0	42,0
Occupazione interna remunerata	2,0	21,0	5,0	9,3
Costi sostenuti	43,0	54,0	39,0	45,3
Entrate economiche e finanziarie	12,0	18,0	10,0	13,3
Numero di soci	21,0	22,0	25,0	22,7
Numero collaboratori esterni	10,0	16,0	10,0	12,0
Numero dei volontari	22,0	9,0	18,0	16,3
Numero di persone reinserite	11,0	19,0	8,0	12,7

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

La crescita quantitativa potrebbe configurarsi come ulteriore fattore di stress dei costi e del capitale umano anche se non si notano riverberi di particolare rilevanza guardando i parametri ad essi correlabili come l'aumento del numero di soci, volontari, addetti e l'utilizzo di risorse economiche e finanziarie.

Tutto ciò sta ad indicare che una quota rilevante delle organizzazioni coinvolte nell'indagine è probabilmente impegnata sul versante del miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia dei propri processi produttivi.

Una chiara conferma, rispetto a quest'ultima osservazione, viene guardando all'influenza positiva giocata da alcuni fattori di sviluppo nel triennio. Tra questi, infatti, spicca nettamente l'efficienza e l'efficacia della gestione interna, mentre i fattori di natura esogena, in particolare quelli legati, direttamente o indirettamente ai comportamenti della Pubblica Amministrazione (sensibilità, incentivi), non esercitano un ruolo significativo.

**Tab. 2.16 - Incidenza dei fattori di sviluppo che hanno esercitato un'influenza positiva sulle organizzazioni nell'ultimo triennio (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Variazione degli utenti e dei servizi prodotti	31,0	32,0	23,0	28,7
Sensibilità delle amministrazioni locali	14,0	10,0	13,0	12,3
Donazioni o sovvenzioni dei privati	23,0	15,0	22,0	20,0
Incentivi e agevolazioni	10,0	14,0	12,0	12,0
Efficienza e efficacia della gestione interna	45,0	51,0	42,0	46,0
Evoluzione del quadro normativo	13,0	8,0	5,0	8,7
Sinergie e collaborazioni	35,0	35,0	37,0	35,7

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Questa considerazione è particolarmente visibile per le cooperative sociali evidentemente impegnate in processi di efficientamento interno a fronte di rapporti con il contesto esterno che, per ragioni diverse, non sembrano generare particolari effetti positivi sul loro sviluppo.

### 2.3 Strategie e investimenti

L'orientamento dello sviluppo strategico e operativo delle organizzazioni avviene grazie a investimenti che riguardano il capitale umano, la dotazione di

strumenti di gestione e la costruzione di sistemi di comunicazione e relazione con gli stakeholders del territorio.

**Tab. 2.17 - Modalità di acquisizione delle competenze (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Miglioramento delle competenze interne	57,0	78,0	59,0	64,7
Acquisizione di persone esterne con esperienza	34,0	35,0	40,0	36,3
Consulenze occasionali su questioni specifiche	24,0	17,0	23,0	21,3
Garantendo informazione all'interno dell'organizzazione	34,0	26,0	34,0	31,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Per quanto riguarda le competenze da acquisire si evidenzia, soprattutto da parte delle cooperative sociali, un approccio "autarchico" che fa leva cioè sul miglioramento del know how interno, ad esempio attraverso attività formative. Invece organizzazioni di volontariato e associazioni di promozione sociale tendono ad investire di più su competenze professionali esterne, acquisendole in modo stabile o, in misura minore, attraverso consulenze occasionali su questioni specifiche.

Questa tendenza sembra il frutto di una cultura organizzativa di medio lungo periodo. Infatti, le organizzazioni più anziane (sorte prima del 1990) tendono a puntare in misura ancora più consistente su competenze interne (92,3%), mentre, invece, quelle costituite in epoca più recente si rivolgono con maggiore continuità a professionalità esterne.

**Tab. 2.18 - Modalità di acquisizione delle competenze per anno di costituzione dell'organizzazione (Valori percentuali)\***

	Prima del 1990	1991 - 2000	2001 in poi	Totale Enti Non Profit
Miglioramento delle competenze interne	92,3	65,5	60,7	64,7
Acquisizione di persone esterne con esperienza	30,8	35,6	36,9	36,3
Consulenze occasionali su questioni specifiche	23,1	19,5	24,4	21,3
Garantendo informazione all'interno dell'organizzazione	23,1	32,2	30,4	31,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Spostando, invece, l'attenzione sulla diffusione di strumenti gestionali si nota che la "cassetta degli attrezzi" delle organizzazioni non profit non è particolarmente fornita. Oltre 1/3 dichiara, infatti, di non possedere alcuno strumento, con punte più significative per le associazioni di promozione sociale (41%).

**Tab. 2.19 - Dotazione di strumenti per la qualità (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Certificazioni di qualità	9,0	37,0	6,0	17,3
Bilancio sociale	25,0	24,0	21,0	23,3
Dichiarazione di missione	17,0	17,0	16,0	16,7
Piani di sviluppo strategico	10,0	9,0	9,0	9,3
Carte dei servizi	10,0	21,0	9,0	13,3
Codici etici	26,0	19,0	21,0	22,0
Nessuno strumento	29,0	33,0	41,0	34,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Anche fra quelle che affermano, tuttavia, di possedere strumenti le percentuali di utilizzo non sono particolarmente elevate. Basti pensare che uno strumento come il bilancio sociale che è particolarmente in voga in questi ultimi anni viene adottato da meno di 1/4 del campione.

Come è facile ipotizzare è l'anzianità dell'organizzazione ad influenzare in maniera consistente l'utilizzo dei diversi strumenti gestionali. Tra le organizzazioni sorte prima del 1990 solo il 20% è priva di strumenti, contro una percentuale che raddoppia se si considerano, invece, le organizzazioni costituite dopo il 2000.

**Tab. 2.20 - Dotazione di strumenti per la qualità per anno di costituzione dell'organizzazione (Valori percentuali)\***

	Prima del 1990	1991 - 2000	2001 in poi	Totale Enti Non Profit
Certificazioni di qualità	35,6	20,7	10,7	17,3
Bilancio sociale	28,9	21,8	22,6	23,3
Dichiarazione di missione	24,4	13,8	16,1	16,7
Piani di sviluppo strategico	8,9	13,8	7,1	9,3
Carte dei servizi	22,2	16,1	9,5	13,3
Codici etici	22,2	25,3	20,2	22,0
Nessuno strumento	20,0	29,9	40,5	34,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Un ultimo fronte di investimento per organizzazioni di natura sociale consiste in attività informative e promozionali di varia natura che mirano a creare e rinforzare “i legami con il territorio”.

La rilevazione mette in luce, anche in questo caso, che non si tratta di iniziative assunte in modo generalizzato. Nessuna delle attività indicate viene, infatti, svolta da una quota superiore al 50% del totale delle organizzazioni.

**Tab. 2.21 - Promozione delle attività dell'organizzazione (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Pubblicità sui media	36,0	53,0	47,0	45,3
Promozione mirata presso istituzioni e imprese	23,0	30,0	25,0	26,0
Contatti personali di tipo informale	12,0	55,0	42,0	46,7
Creazione di eventi sul territorio	23,0	42,0	59,0	46,3

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Se, invece, si considerano le singole forme giuridiche emerge la performance delle cooperative sociali che risultano più impegnate di organizzazioni di volontariato e di associazioni di promozione sociale in tutte le attività indicate, sia quelle di carattere informale che quelle messe in atto attraverso campagne comunicative sui media, organizzazione di eventi per il territorio, ecc.

## 2.4 Performance economiche e mercati

La parte più “consistente” dell’indagine riguarda l’evoluzione dei mercati di riferimento delle organizzazioni non profit della provincia di Roma, alla luce della fase di crisi economica e sociale che caratterizza il Paese.

Un primo aspetto di rilievo riguarda la connotazione prevalentemente pubblica o privata dei mercati. Associazioni e organizzazioni di volontariato ricavano la maggior parte delle risorse economiche (circa i 2/3) da committenza privata, mentre, invece, per le cooperative sociali prevale il cliente pubblico (55,5% dei casi).

Quest’ultimo dato va comunque approfondito considerando le diverse tipologie di cooperativa sociale. Infatti, per quelle impegnate nella produzione di servizi sociali, assistenziali ed educativi (tipo A) la quota di committenza pubblica sale

al 63% (non particolarmente eccessiva comunque), mentre invece per quelle di tipo B si registra una prevalenza della committenza privata (57%).

Va notato, inoltre, che nel biennio 2009 - 2010 non si registrano comunque significative modificazioni nella composizione della committenza tra pubblico e privato per le singole forme giuridiche prese in considerazione.

**Tab. 2.22 - Incidenza dei mercati pubblici e privati sulle entrate (Valori percentuali - Anni 2009-2010)**

	OdV		CS		APS		Totale Enti Non Profit	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Committenza pubblica	32,3	31,0	55,1	55,5	35,7	37,3	41,0	41,3
Committenza privata	67,7	69,0	44,9	44,5	64,3	62,7	59,0	58,7
<b>Totale Committenza</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>						

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Mutamenti più significativi si notano, invece, guardando all'ammontare del giro d'affari. Diminuiscono infatti, tra il 2010 ed il 2011, i valori estremi della distribuzione di frequenza, sia quelli che segnano un aumento significativo che una diminuzione significativa del fatturato (+/- 10%). Crescono, invece, le frequenze di moderata crescita e di moderata riduzione (+/- 5/10%) e rimane costante il numero - piuttosto consistente - di organizzazioni che dichiarano un dato di stabilità.

**Tab. 2.23 - Andamento del fatturato delle organizzazioni (Valori percentuali - Anni 2010-2011)\***

	OdV		CS		APS		Totale Enti Non Profit	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Aumento significativo (oltre il 10%)	0,0	1,0	4,0	1,0	2,0	1,0	2,0	1,0
Aumento moderato (dal 5 al 10%)	14,0	21,0	20,0	19,0	10,0	12,0	14,7	17,3
Stabile (±5%)	65,0	57,0	43,0	44,0	56,0	62,0	54,7	54,3
Moderata riduzione (da -5 a -10%)	9,0	11,0	21,0	20,0	15,0	19,0	15,0	16,7
Riduzione significativa (oltre -10%)	10,0	8,0	9,0	12,0	15,0	5,0	11,3	8,3
Non sa, non risponde	2,0	2,0	3,0	4,0	2,0	1,0	2,3	2,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>						

\* Consuntivo 2010 rispetto al 2009 e previsione 2011

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Questo andamento è però il risultato di tendenze diverse se si considerano le singole tipologie di organizzazione: mentre le organizzazioni di volontariato e le associazioni di promozione sociale sembrano in fase di uscita da una crisi contingente - in quanto diminuisce la percentuale di queste organizzazioni che dichiarano una diminuzione drastica del giro d'affari -, le cooperative sociali sembrano prefigurare, invece, un 2011 più difficile dell'anno precedente con un aumento delle imprese che dichiarano un fatturato in decisa diminuzione.

Se si considerano, poi, altre variabili, oltre alla forma giuridica, si notano tendenze significative considerando soprattutto le dimensioni in termini economici delle organizzazioni.

In quelle di maggiore entità (fatturato superiore a un milione di euro) risultano rilevanti i casi di decrescita limitata (circa il 30% dichiara una diminuzione tra il -5 ed il -10%) o significativa (il 17,6% segnala una riduzione superiore al -10%), mentre invece quelle con fatturato inferiore (meno di 300 mila euro) dichiarano per lo più una tendenza alla stabilità per l'anno 2011.

**Tab. 2.24 - Andamento del fatturato delle organizzazioni per classe di fatturato (Valori percentuali - Anni 2010-2011)\***

	Fino a 300 mila euro		Da 301 a 1 milione di euro		Oltre 1 milione di euro		Totale Enti Non Profit	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Aumento significativo (oltre il 10%)	2,2	0,7	0,0	0,0	0,0	5,9	2,0	1,0
Aumento moderato (dal 5 al 10%)	12,6	16,4	42,9	35,7	23,5	17,6	14,7	17,3
Stabile (±5%)	56,5	56,9	42,9	35,7	35,3	29,4	54,7	54,3
Moderata riduzione (da -5 a -10%)	14,9	15,2	14,3	28,6	17,6	29,4	15,0	16,7
Riduzione significativa (oltre -10%)	11,2	8,2	0,0	0,0	23,5	17,6	11,3	8,3
Non sa, non risponde	2,6	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	2,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Consuntivo 2010 rispetto al 2009 e previsione 2011  
Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

La struttura dei mercati e l'andamento delle performance sono in larga parte determinate da dinamiche locali. La gran parte delle organizzazioni coinvolte

opera, infatti, nella provincia di Roma (anche se si tratta di un contesto assai popoloso) e la quasi totalità non supera i confini regionali.

**Tab. 2.25 - Mercato principale di destinazione dei prodotti (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Provincia di Roma	65,0	74,0	79,0	72,7
Lazio	18,0	15,0	9,0	14,0
Italia	12,0	11,0	10,0	11,0
Estero	5,0	0,0	2,0	2,3
<b>Totale Mercati</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Risultano, quindi, scarsamente rilevanti le risposte alle domande relative alla propensione di organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale e cooperative sociali ad operare su mercati internazionali. La maggior parte di esse ha deciso di non operarvi, non tanto per scarso interesse verso la prospettiva internazionale (si tratta del 25% dei rispondenti), ma per limiti dimensionali. Ben il 60%, infatti, dichiara di non aver preso in considerazione questa prospettiva in quanto di “dimensione troppo piccola”.

## 2.5 Dinamica ed effetti della crisi

L'indagine sul campo ha consentito di raccogliere alcune valutazioni in merito a due aspetti sostanziali della crisi attuale. In primo luogo gli effetti sul contesto sociale ed economico ed in secondo luogo le ricadute, positive e negative, per le organizzazioni non profit coinvolte nella rilevazione.

**Tab. 2.26 - Incidenza negativa della recessione in provincia di Roma sui diversi fattori (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Spesa sociale / servizi sociali / politiche sociali	67,4	77,9	77,9	74,5
Consumi delle famiglie	68,5	67,4	63,2	66,3
Consumi / spesa dei turisti	3,4	8,4	4,2	5,3
Investimenti delle imprese	10,1	12,6	14,7	12,5
Livelli occupazionali	59,6	50,5	37,9	49,1
Fallimenti / cessazioni di imprese	6,7	5,3	4,2	5,3
Indebitamento delle imprese	2,2	9,5	3,2	5,0

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

La lettura congiunturale effettuata dalle organizzazioni rispondenti, in particolare dei suoi effetti recessivi in provincia di Roma, sottolinea il carattere soprattutto “sociale” della crisi.

Si tratta probabilmente di un effetto legato sia alla natura dei soggetti interpellati, sia dell’indicazione di un effettivo “punto di caduta” di una crisi nata a livello finanziario e poi trasferitasi al contesto economico/produttivo e, infine, a quello più generalmente sociale.

Welfare, consumi delle famiglie e livelli occupazionali rappresentano, quindi, i principali “epicentri” della crisi, seppur con connotazioni diverse tra volontariato, associazionismo e cooperazione sociale.

**Tab. 2.27 - Politiche di contrasto alla recessione (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Agevolazioni fiscali	40,0	42,0	39,0	40,3
Incentivi agli investimenti	22,0	37,0	35,0	31,3
Sostegno al reddito delle famiglie	47,0	47,0	46,0	46,7
Sostegno per l’accesso al credito	21,0	23,0	18,0	20,7
Semplificazione amministrativa	10,0	30,0	18,0	19,3
Riduzione del costo del lavoro	17,0	21,0	14,0	17,3
Altre politiche	4,0	3,0	4,0	3,7
Non sa, non risponde	13,0	7,0	8,0	9,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Le “ricette” per superare la difficile fase attuale non emergono però chiaramente come nel caso della rilevazione delle difficoltà.

Vengono sottolineate, anche se in maniera non univoca, soluzioni che riguardano il sostegno al reddito e le agevolazioni fiscali (classiche indicazioni di breve periodo destinate a far ripartire la produzione e i consumi). Minore attenzione è, invece, posta per riforme strutturali come la semplificazione amministrativa.

Spostando il focus dell’analisi sulle conseguenze dirette della crisi per l’andamento e lo sviluppo dell’organizzazione emerge, in modo piuttosto chiaro, la situazione di particolare difficoltà in cui si trovano le cooperative sociali. Per la quasi totalità di queste imprese la crisi ha generato solo problemi

e non opportunità, mentre invece se si guarda ad associazioni di promozione sociale e soprattutto a organizzazioni di volontariato una parte minoritaria ma non residuale sembra rimasta al riparo – o essere uscita – dalla crisi.

**Tab. 2.28 - Effetti della crisi (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Sì, solo conseguenze negative	52,0	86,0	59,0	65,7
Sì, solo conseguenze positive	1,0	0,0	1,0	0,6
Sì, sia conseguenze positive che negative	2,0	2,0	5,0	3,0
Non ha risentito della crisi	45,0	12,0	35,0	30,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

La situazione di difficoltà, in generale, riguarda soprattutto le organizzazioni di grandi dimensioni in termini economici: per quasi il 90% delle unità con fatturato superiore a un milione di euro la crisi ha generato solo conseguenze negative.

**Tab. 2.29 - Effetti della crisi per classe di fatturato dell'organizzazione (Valori percentuali)**

	Fino a 300 mila euro	Da 301 a 1 milione di euro	Oltre 1 milione di euro	Totale Enti Non Profit
Sì, solo conseguenze negative	64,3	64,3	88,2	65,7
Sì, solo conseguenze positive	0,7	0,0	0,0	0,6
Sì, sia conseguenze positive che negative	3,3	0,0	0,0	3,0
Non ha risentito della crisi	31,6	35,7	11,8	30,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Interessante anche il dato relativo ai soggetti non profit con sede al di fuori del comune di Roma per i quali, allo stesso modo, la crisi genera in maniera più consistente (73% circa) effetti negativi.

**Tab. 2.30 - Effetti della crisi sulle organizzazioni del Comune di Roma e di altri comuni della provincia (Valori percentuali)**

	Comune di Roma	Altri comuni	Totale Provincia
Sì, solo conseguenze negative	62,4%	72,6%	65,7
Sì, solo conseguenze positive	0,5%	1,1%	0,6
Sì, sia conseguenze positive che negative	3,4%	2,1%	3,0
Non ha risentito della crisi	33,7%	24,2%	30,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Gli effetti della crisi si manifestano prevalentemente con problemi di cash flow, soprattutto per le organizzazioni di volontariato e, più in generale, per le organizzazioni più anziane (costituite prima del 1990).

**Tab. 2.31 - Conseguenze negative della crisi (Valori percentuali)\***

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Minor presenza di volontari	46,3	10,2	32,8	26,7
Riduzione delle persone retribuite	11,1	5,7	17,2	10,7
Riduzione degli ordini / prenotazioni	13,0	28,4	17,2	20,9
Minore liquidità	81,5	73,9	70,3	74,7
Maggior ricorso all'indebitamento	1,9	3,4	1,6	2,4
Maggiori difficoltà a incassare	9,3	38,6	17,2	24,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Una quota consistente di cooperative sociali segnala, inoltre, una riduzione degli ordini e delle prenotazioni (poco meno del 30%) e soprattutto il ritardo dei pagamenti, in particolare quelli relativi alle amministrazioni pubbliche (quasi il 40%).

**Tab. 2.32 - Conseguenze negative della crisi per anno di costituzione dell'organizzazione (Valori percentuali)\***

	Prima del 1990	1991 - 2000	2001 in poi	Totale Enti Non Profit
Minor presenza di volontari	25,0	20,3	30,4	26,7
Riduzione delle persone retribuite	9,4	6,8	13,0	10,7
Riduzione degli ordini / prenotazioni	18,8	30,5	16,5	20,9
Minore liquidità	87,5	74,6	71,3	74,7
Maggior ricorso all'indebitamento	6,3	1,7	1,7	2,4
Maggiori difficoltà a incassare	28,1	23,7	23,5	24,3

\* Domanda a risposta multipla

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011

Infine, una delle modalità più spesso invocate per uscire dalla crisi consiste nell'innovare l'offerta di beni e di servizi rispondendo così ai mutamenti della struttura e della dinamica dei mercati. Le organizzazioni maggiormente in difficoltà - le cooperative sociali - sembrano, in effetti, più propense a innovare avendo come punto di riferimento bisogni e risorse delle proprie comunità. Solo una quota minoritaria di cooperative sociali (8%) dichiara, invece, di non essersi mai posta il problema di innovare, mentre nel caso delle organizzazioni di volontariato la percentuale è più consistente se ad essa si somma anche una quota non residuale di mancate risposte.

**Tab. 2.33 - Capacità innovativa dei prodotti/servizi in rapporto ai cambiamenti dei mercati (Valori percentuali)**

	OdV	CS	APS	Totale Enti Non Profit
Sì, in sintonia con le esigenze della comunità locale / internazionale	48,0	72,0	58,0	59,3
Sì, anche se in maniera non strutturata	15,0	11,0	14,0	13,3
No, i prodotti / servizi sono sempre gli stessi	7,0	7,0	6,0	6,7
L'organizzazione non si è mai posta il problema	16,0	8,0	17,0	13,7
Non sa, non risponde	14,0	2,0	5,0	7,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Camera di Commercio di Roma - Istituto Tagliacarne, 2011



## CONCLUSIONI

Al termine dell'analisi dei dati di scenario e delle informazioni derivanti dalla rilevazione sul campo è possibile evidenziare, in forma sintetica alcuni elementi di risultato. Si tratta di indicazioni che, auspicabilmente, dovrebbero contribuire alla elaborazione di un'agenda di politiche in favore del settore non profit in provincia di Roma: agenda composta in primo luogo, da misure "anti crisi" capaci di contrastare gli elementi di criticità già ora visibili e che probabilmente sono destinati ad acuirsi ulteriormente nel breve periodo.

In secondo luogo la stessa agenda dovrebbe contenere misure di più ampio respiro volte ad accompagnare i mutamenti di carattere strutturale di questi stessi soggetti. Cooperative sociali, organizzazioni di volontariato, associazioni di promozione sociale (e probabilmente altri soggetti non profit) saranno infatti chiamate ad operare nel medio/lungo periodo in un contesto sociale ed economico profondamente diverso da quello in cui sono nate e si sono fin qui evolute. La sfida consisterà nel saper intercettare bisogni e opportunità che scaturiranno da nuove fenomenologie sociali ed economiche, adeguando a tal fine i propri assetti organizzativi e di governance.

Da questo punto di vista un primo, rilevante risultato dell'indagine riguarda le peculiarità della provincia di Roma. Il contesto metropolitano presenta, infatti, andamenti del tutto peculiari non solo rispetto alle altre province della regione, ma anche al proprio interno. Le cooperative sociali, in particolare, sembrano incontrare maggiori difficoltà a insediarsi nel tessuto urbano di Roma, a differenza di quel che accade, invece, per le associazioni di promozione sociale. Di converso, le cooperative sociali sono maggiormente presenti nei comuni della cintura di Roma e, più in generale, nei contesti extraurbani. Si tratta di un primo indicatore che mette in luce la necessità di delineare con maggior precisione le caratteristiche costitutive e le specificità di un modello "metropolitano" di impresa sociale, rispetto al quale la cooperazione sociale sembra contribuire in misura minore rispetto a quel che accade, ad esempio, nelle altre province laziali.

Un secondo elemento emerso riguarda sempre la cooperazione sociale, che presenta una conformazione interna del tutto particolare rispetto a quanto avviene a livello nazionale. Prevalgono, infatti, soprattutto nelle province

diverse da Roma, cooperative sociali che combinano la produzione di servizi sociali e l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate. Si tratta di un dato ormai "storicizzato" del contesto laziale che necessiterebbe di essere ulteriormente approfondito, in quanto molte di queste cooperative sociali ad oggetto "misto" sono imprese strutturate che operano ormai da decenni. L'analisi di questo particolare modello non sarebbe peraltro fine a sè stessa, ma potrebbe rispondere a importanti ed urgenti interrogativi circa i percorsi di sviluppo del settore della cooperazione sociale nel suo complesso.

Infatti, dopo anni caratterizzati da una continua crescita del numero di unità imprenditoriali grazie a processi di start up di nuove iniziative, spesso frutto di *spin off* aziendali, si sta affacciando un'epoca caratterizzata da una diminuzione delle risorse che porta molte cooperative sociali a percorrere strategie di fusione e di integrazione di rami d'azienda. In questo senso la capacità di integrare, anche attraverso forme innovative, la produzione di servizi socio assistenziali e le attività di inserimento lavorativo potrà rappresentare un importante elemento di know how da rimettere in campo in un contesto già "vocato" in tal senso.

Il terzo risultato è relativo alla struttura dei mercati delle organizzazioni non profit che non sembra essersi modificata nel breve periodo, soprattutto considerando la suddivisione tra committenza pubblica e privata. Sono, invece, maggiormente visibili dinamiche legate alla stabilità o alla contrazione dei fatturati, seppur con diversi gradi di intensità guardando alle diverse forme giuridiche considerate.

Il *driver* dello sviluppo delle organizzazioni non profit, in particolare delle cooperative sociali, è legato alla ricerca di una maggiore efficienza dei processi produttivi, investendo soprattutto sulle competenze interne. A questo orientamento corrisponde però una scarsa dotazione di strumenti e una ancora non ben definita strategia promozionale e comunicativa con gli stakeholder del territorio.

In altri termini il modello di "resilienza" alla crisi fin qui adottato dalle organizzazioni non profit della provincia di Roma sembra essere determinato soprattutto da processi di "efficientamento" che, peraltro, mostrano ulteriori margini di attuazione, ad esempio attraverso il *recruitment* di risorse umane sul

mercato del lavoro e la condivisione di strutture di servizio comuni, ad esempio per quanto riguarda gli acquisti delle forniture, piuttosto che l'effettuazione di importanti investimenti.

D'altro canto, la riduzione delle risorse provenienti dalle fonti tradizionali potrebbe mettere alla prova questo modello di resilienza, perché non basterebbe più limitarsi a "cesellare" le forme gestionali attualmente utilizzate, ma bisognerebbe introdurre cambiamenti radicali negli assetti organizzativi e nella struttura dei mercati.

Un quarto e ultimo aspetto, strettamente collegato al precedente, riguarda il carattere "asimmetrico" della crisi che sembra colpire con maggiore intensità le cooperative sociali. L'origine di questa tendenza è facilmente rintracciabile nel modello di business di queste imprese che appare strettamente legato, rispetto alle altre forme giuridiche non profit, alle risorse economiche di provenienza pubblica. Il fatto che, ormai da qualche anno, gli enti pubblici locali stiano riducendo la spesa sociale è ormai un dato strutturale rispetto al quale le cooperative sociali sono chiamate ad agire, ridefinendo le loro strategie di sviluppo.

Da questo punto di vista i dati dell'indagine mettono in luce, seppur in modo non univoco, il percorso di *change management* seguito dalle cooperative sociali. Molte di esse, infatti, dichiarano di concentrare i loro sforzi - in maniera decisamente più consistente rispetto alle altre organizzazioni non profit - sull'innovazione di prodotto. Non è da escludere peraltro che il tentativo di ridefinire la propria gamma di prodotti e servizi presagisca anche la volontà di esplorare mercati diversi da quelli pubblici, rivolgendosi direttamente a cittadini, famiglie, imprese e altre organizzazioni non profit.



## MODELLO DI RILEVAZIONE

### SEZIONE I - STRUTTURA DELL'ORGANIZZAZIONE

- A. QUAL È LA FORMA GIURIDICA DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?**
- Associazione di volontariato  1  
Cooperativa sociale  2  
Associazione di promozione sociale  3
- (se cod. 2 a Dom. A)*
- B. POTREBBE INDICARMI LA TIPOLOGIA DI COOPERATIVA?**
- Tipo A  1  
Tipo B  2  
Mista (A+B)  3  
Consorzio  4
- A Tutti*
- C. DOV'È UBICATA LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE ?**
- Comune di Roma  1  
Altro comune della provincia  2
- D. IN QUALE ANNO È STATA COSTITUITA L'ORGANIZZAZIONE NELLA FORMA GIURIDICA ATTUALE?**
- Prima del 1980  1  
1981 - 1990  2  
1991 - 2000  3  
2001 in poi  4
- E. QUALI SONO LE PRINCIPALI ATTIVITÀ (IN TERMINI DI IMPEGNO) DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE? (Possibili multiple, MAX 4 RISPOSTE)**
- Servizi alla persona e servizi socio-sanitari  1  
Politiche educative (attività socio educative)  2  
Istruzione, ricerca e formazione  3  
Sport  4  
Cultura  5  
Attività ricreativa  6  
Commercio, pubblico esercizio  7  
Turismo  8  
Ecologia e servizi ambientali  9  
Promozione dei diritti dei cittadini (es. tutela dei diritti, attività di rappresentanza, assistenza fiscale, ecc.)  10  
Agricoltura  11  
Industria  12  
Cooperazione internazionale  13  
Protezione civile  14

**F. FATTURATO 2010 (IN EURO)**

- Fino a 300 mila euro  1  
Da 301 a 1 milione di euro  2  
Da 1 a 5 milioni di euro  3  
Oltre 5 milioni di euro  4

**G. NUMERO DI PERSONE CHE LAVORANO NELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?**

- Dipendenti \_\_\_\_\_ %  
Assimilati (contrattisti a progetto, interinali, etc.) \_\_\_\_\_ %  
Consulenti \_\_\_\_\_ %  
Soci volontari \_\_\_\_\_ %  
Altri volontari non soci \_\_\_\_\_ %  
**100,00 %**

**H. APPROSSIMATIVAMENTE QUALE È LA QUOTA PERCENTUALE DI ORE LAVORATE DAI VOLONTARI SULLE ORE COMPLESSIVAMENTE LAVORATE NELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?**

\_\_\_\_\_ %

**SEZIONE II - PERFORMANCE E MERCATO DI RIFERIMENTO**

**A.1 IL FATTURATO DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE, NEL 2010 RISPETTO AL 2009, È:**

- Aumentato significativamente (oltre il 10%)  1  
Aumentato moderatamente (dal 5 al 10%)  2  
Rimasto stabile (±5%)  3  
Si è ridotto moderatamente (da -5 a -10%)  4  
Si è ridotto significativamente (oltre -10%)  5  
Non sa / Non risponde  6

**A.2 COSA PREVEDE PER L'ANDAMENTO DEL FATTURATO NEL 2011?**

- Aumenterà significativamente (oltre il 10%)  1  
Aumenterà moderatamente (dal 5 al 10%)  2  
Rimarrà stabile (±5%)  3  
Si ridurrà moderatamente (da -5 a -10%)  4  
Si ridurrà significativamente (oltre -10%)  5  
Non sa / Non risponde  6

**A.3 FATTO 100 IL FATTURATO DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE, POTREBBE INDICARE IN QUALE PERCENTUALE SI RIPARTISCE TRA:**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Committenza pubblica	_____ %	_____ %
Committenza privata	_____ %	_____ %

**A.4 QUAL È AD OGGI IL MERCATO PRINCIPALE DI DESTINAZIONE DEI PRODOTTI O SERVIZI DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE (DOVE SONO UBICATI PRINCIPALMENTE I CLIENTI)? (RISPOSTA SINGOLA)**

- Provincia di Roma  1  
Lazio  2  
Italia  3  
Estero  4

**A.5 SUDDIVIDENDO IL MERCATO DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE IN LOCALE, NAZIONALE E INTERNAZIONALE, RITIENE CHE NEGLI ULTIMI ANNI SI SIA REGISTRATA UNA MODIFICA RILEVANTE DELLE RISPETTIVE QUOTE ?**

- Sì, è cresciuta soprattutto la quota del mercato LOCALE  1  
Sì, è cresciuta soprattutto la quota del mercato NAZIONALE  2  
Sì, è cresciuta soprattutto la quota del mercato INTERNAZIONALE  3  
No, le quote sono rimaste sostanzialmente stabili  4  
Non sa / Non risponde  5

**A.6 FATTO 100 IL FATTURATO DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE, POTREBBE INDICARE LA QUOTA DI VENDITE ALL'ESTERO?**

	2009	2010
Quota fatturato estero	_____ %	_____ %
	NS/NR	NS/NR

*(Solo se valore pari a zero nella domanda A.6)*

**A.7 PER QUALI MOTIVI, LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE NON OPERA SULL'ESTERO? (Possibili multiple - MAX 3 RISPOSTE)**

- Non interessata  1  
Dimensione troppo piccola  2  
Costi troppo elevati  3  
Svantaggiosa localizzazione geografica  4  
Tipologia di prodotto/servizio poco esportabile  5  
Carenza di servizi all'export  6  
Prodotto/servizio poco competitivo  7  
Difficoltà logistiche/trasporto  8  
Rischi connessi ai pagamenti  9  
Rischi politici / economici legati ai Paesi esteri  10  
Altro (*specificare*) \_\_\_\_\_  11

*A Tutti*

**A.8 LA CRISI ECONOMICA HA PRODOTTO O STA PRODUCENDO CONSEGUENZE RILEVANTI SULLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE (SIA IN POSITIVO SIA IN NEGATIVO)?**

- Sì, solo conseguenze negative  1  
Sì, solo conseguenze positive  2  
Sì, sia conseguenze positive che negative  3  
**Oppure**  
L'organizzazione non ha risentito/non sta risentendo della crisi in misura rilevante  4

Se ha riscontrato conseguenze negative (cod. 1 o 3 a dom.A.8)

**A.9 QUALI CONSEGUENZE NEGATIVE AVETE POTUTO RISCOVRIARE IN PARTICOLARE?** (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)

- |  |                          |   |
|--|--------------------------|---|
| Minor presenza nell'organizzazione di volontari              | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Riduzione nell'organizzazione di persone retribuite          | <input type="checkbox"/> | 2 |
| Riduzione degli ordini/prenotazioni da parte della clientela | <input type="checkbox"/> | 3 |
| Minore liquidità   | <input type="checkbox"/> | 4 |
| Maggior ricorso all'indebitamento bancario                   | <input type="checkbox"/> | 5 |
| Maggiori difficoltà a incassare pagamenti                    | <input type="checkbox"/> | 6 |
| Altre conseguenze (specificare) _____                        | <input type="checkbox"/> | 7 |

A Tutti

**A.10 A SUO GIUDIZIO LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE È IN GRADO DI RINNOVARE I PROPRI PRODOTTI/ SERVIZI IN RELAZIONE A POSSIBILI CAMBIAMENTI O A NUOVE RICHIESTE DEL MERCATO?**

- |  |                          |   |
|--|--------------------------|---|
| Sì, in sintonia con le esigenze della comunità locale/internazionale | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Sì, anche se in maniera non strutturata                              | <input type="checkbox"/> | 2 |
| No, i prodotti/servizi sono sempre gli stessi                        | <input type="checkbox"/> | 3 |
| L'organizzazione non si è mai posta il problema                      | <input type="checkbox"/> | 4 |
| Non sa / Non risponde  | <input type="checkbox"/> | 5 |

Porre domanda solo se i prodotti/servizi sono sempre gli stessi (cod. 3 a A.10)

**A.11 A SUO GIUDIZIO QUALI FATTORI LIMITANO LO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI / SERVIZI O UN MIGLIORAMENTO DI QUELLI ESISTENTI?** (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)

- |  |                          |   |
|--|--------------------------|---|
| Problemi finanziari                                      | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Carenza di figure professionali all'interno dell'azienda | <input type="checkbox"/> | 2 |
| Limitata dimensione dell'organizzazione                  | <input type="checkbox"/> | 3 |
| Limitata dimensione del mercato di riferimento           | <input type="checkbox"/> | 4 |
| Altri motivi (specificare) _____                         | <input type="checkbox"/> | 5 |
| Non sa / Non risponde                                    | <input type="checkbox"/> | 6 |

A Tutti

**A.12 A SUO GIUDIZIO, SU QUALI FATTORI LA RECESSIONE HA PRODOTTO EFFETTI NEGATIVI IN PROVINCIA DI ROMA?** (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)

- |  |                          |   |
|--|--------------------------|---|
| Spesa sociale/servizi sociali/politiche sociali/politiche di welfare | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Consumi delle famiglie   | <input type="checkbox"/> | 2 |
| Consumi/spesa dei turisti  | <input type="checkbox"/> | 3 |
| Investimenti delle imprese   | <input type="checkbox"/> | 4 |
| Livelli occupazionali  | <input type="checkbox"/> | 5 |
| Fallimenti/cessazioni di imprese                                     | <input type="checkbox"/> | 6 |
| Indebitamento delle imprese  | <input type="checkbox"/> | 7 |

**A.13 SECONDO LA SUA OPINIONE, QUALI POTREBBERO ESSERE LE POLITICHE DA PORRE IN ESSERE PER CONTRASTARE GLI EFFETTI DELLA RECESSIONE? (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)**

- Agevolazioni fiscali  1  
 Incentivi agli investimenti  2  
 Sostegno ai redditi delle famiglie  3  
 Sostegno per l'accesso al credito  4  
 Semplificazione amministrativa  5  
 Riduzione del costo del lavoro  6  
 Altre politiche (*specificare*) \_\_\_\_\_  7

**SEZIONE III - ORIENTAMENTI DELL'ORGANIZZAZIONE**

**B.1 DIFFICOLTÀ INCONTRATE IN FASE DI AVVIO DELL'ATTIVITÀ DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE? (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE nelle modalità 1-6)**

- Complessità adempimenti burocratici  1  
 Reperimento capitale  2  
 Disponibilità di locali per svolgere l'attività  3  
 Carenza di conoscenze gestionali e produttive  4  
 Reperimento personale qualificato  5  
 Ricerca clienti e fornitori  6  
*Oppure*  
 Nessuna difficoltà  7

**B.2 IN FASE DI AVVIO DELL'ATTIVITÀ LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE HA FATTO RICORSO A QUALI TRA LE SEGUENTI RISORSE FINANZIARIE? (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)**

- Capitale proprio / sociale  1  
 Donazioni di privati  2  
 Credito bancario o di altri intermediari finanziari  3  
 Incentivi/contributi pubblici  4

**B.3 COME SI SONO SVILUPPATI I SEGUENTI PARAMETRI DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE NEGLI ULTIMI TRE ANNI?**

	Diminuzione	Stabile	Aumento	Non sa
La quantità dei servizi prodotti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
La qualità dei servizi prodotti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
L'occupazione interna remunerata	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
I costi sostenuti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Le entrate economiche e finanziarie	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Numero di soci	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Numero collaboratori esterni	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Numero dei volontari	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Aumento delle persone reinserite	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

**B.4 QUALE INFLUENZA HANNO ESERCITATO I SEGUENTI FATTORI SULLO SVILUPPO DELLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE NEGLI ULTIMI TRE ANNI?**

	Negativo	Neutro	Positivo
Variazione degli utenti e dei servizi prodotti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Sensibilità delle amministrazioni locali	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Donazioni o sovvenzioni dei privati	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Incentivi e agevolazioni	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Efficienza e efficacia della gestione interna	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Evoluzione del quadro normativo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Sinergie e collaborazioni	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

**B.5 POTREBBE METTERMI IN ORDINE (DALLA PIÙ IMPORTANTE ALLA MENO RILEVANTE) LE FINALITÀ PERSEGUITE DALLA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?**

	4	3	2	1
Costituire una fonte di reddito per i soci e/o per i dipendenti dell'organizzazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Migliorare la qualità delle condizioni di vita degli utenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garantire il recupero di persone con disagio sociale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Garantire la presenza di una organizzazione che rappresenti le esigenze economiche / diritti dei cittadini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Legenda:**

4 = Più importante; 3 = Secondo più importante; 2 = Terzo più importante; 1 = Meno importante

**B.6 COME VENGONO ACQUISITE, GENERALMENTE, LE COMPETENZE NECESSARIE PER LO SVOLGIMENTO DELLA VOSTRA ATTIVITÀ? (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE)?**

Miglioramento delle competenze interne (ad esempio con corsi di formazione)	<input type="checkbox"/> 1
Acquisizione di persone esterne con esperienza	<input type="checkbox"/> 2
Consulenze occasionali su questioni specifiche	<input type="checkbox"/> 3
Garantendo informazione e sensibilizzazione, condivisione di idee all'interno dell'organizzazione	<input type="checkbox"/> 4

**B.7 DI QUALI STRUMENTI DI QUALITÀ È DOTATA LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE? (Possibili multiple, MAX 3 RISPOSTE nelle modalità 1-7)**

Certificazioni di qualità	<input type="checkbox"/> 1
Bilancio sociale	<input type="checkbox"/> 2
Dichiarazione di <i>mission</i>	<input type="checkbox"/> 3
Piani di sviluppo strategico	<input type="checkbox"/> 4
Carte dei servizi	<input type="checkbox"/> 5
Codice etico	<input type="checkbox"/> 6
Altri strumenti (specificare) _____	<input type="checkbox"/> 7
Nessuno strumento	<input type="checkbox"/> 8

**B.8 QUALI ATTIVITÀ VENGONO EFFETTUATE PER FAR CONOSCERE LA VOSTRA ORGANIZZAZIONE?**

	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Pubblicità e promozione sui media (giornali, radio, ecc.)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
Promozione mirata presso istituzioni e imprese	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
Contatti personali di tipo informale	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
Creazione di eventi sul territorio	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
Altro(specificare) _____	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2



## IL QUADRO NORMATIVO

Le forme giuridiche coinvolte nell'indagine sono regolate da tre diversi provvedimenti normativi adottati tra l'inizio degli anni '90 (cooperative sociali e organizzazioni di volontariato) e l'inizio del nuovo millennio (associazioni di promozione sociale). Le norme, pur regolando specifici fenomeni di autorganizzazione della società civile, presentano alcuni importanti aspetti di convergenza, in particolare guardando alle caratteristiche strutturali e gestionali. A tal fine, nei punti seguenti, verranno descritte le tre leggi di riferimento considerando il loro contributo al processo di *institution building* e rimandando ad altri testi per approfondimenti sui contenuti specifici<sup>10</sup>.

1) *Associazioni di promozione sociale*: regolate ai sensi della legge n. 383/00 secondo la quale le organizzazioni che adottano questo statuto "perseguono attività di utilità sociale a favore di associati e di terzi, senza finalità di lucro e nel pieno rispetto della libertà e dignità degli associati". I caratteri strutturali delle associazioni di promozione sociale sono i seguenti:

- assenza di finalità di lucro e obbligo di reinvestire gli eventuali avanzi di gestione nell'attività ordinaria;
- ordinamento interno ispirato a principi di democraticità e uguaglianza dei membri;
- possibilità di avvalersi, oltre che di apporti volontari, anche di lavoratori dipendenti e di collaboratori individuati anche fra i propri soci.

2) *Organizzazioni di volontariato*: regolate ai sensi della legge n. 266/91. I tratti salienti della norma consistono, in primo luogo, nel riconoscimento della natura solidaristica di queste organizzazioni, ovvero nel loro orientamento a perseguire finalità di interesse collettivo. La legge, inoltre, stabilisce alcune caratteristiche strutturali e organizzative tra le quali si possono ricordare:

- la necessità di avvalersi in via prevalente di prestazioni volontarie e gratuite da parte dei propri membri;

---

<sup>10</sup> Propersi A., Rossi G. (2010), *Gli enti non profit*, Il Sole 24 Ore, Milano.

- l'utilizzo di lavoratori alle dipendenze e di altri collaboratori retribuiti "nei limiti necessari al regolare funzionamento" o per "qualificare o specializzare l'attività comunque svolta";
- l'assenza di fini di lucro, la democraticità della struttura, la gratuità degli apporti da parte degli aderenti (anche per quanto riguarda le cariche elettive);
- l'obbligo di redazione del bilancio.

3) *Cooperative sociali*: regolate ai sensi della legge n. 381/91. La norma stabilisce la mission di queste imprese nel perseguire "l'interesse generale della comunità" e "l'integrazione sociale dei cittadini". A tal fine prevede due distinti campi di attività ai quali corrispondono due tipologie cooperative. Le cooperative sociali di tipo A che producono servizi socio assistenziali, educativi e sanitari e le cooperative sociali di tipo B che svolgono una qualsiasi attività economica finalizzata all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate. In sede di applicazione della norma è stata riconosciuta la possibilità di costituire cooperative sociali che svolgono entrambe le attività.

La legge definisce altri caratteri strutturali delle cooperative sociali:

- la possibilità di associare non solo lavoratori ma anche volontari (nella misura non superiore al 50% dei soci);
- la possibilità di costituire consorzi di cooperative sociali a patto che il 70% della compagine sociale sia costituito da imprese di questa stessa tipologia;
- il riconoscimento di alcuni importanti incentivi (IVA al 4% per i servizi delle cooperative sociali di tipo A e sgravi sul costo del lavoro per le cooperative sociali di tipo B) anche per quanto riguarda i rapporti con la Pubblica Amministrazione.

## BIBLIOGRAFIA

Barbetta G.P., Zamaro N. (a cura di) (2003), *Le istituzioni non profit in Italia. Dimensioni organizzative, economiche e sociali*, Bologna, Il Mulino.

Borzaga C., Fazzi L. (a cura di) (2000), *Azione volontaria e processi di trasformazione del settore nonprofit*, Milano, Franco Angeli.

Borzaga C., Zandonai F. (a cura di) (2009), *L'impresa sociale in Italia. Economia e istituzioni dei beni comuni. Rapporto Iris Network*, Roma, Donzelli editore.

Caltabiano C. (a cura di) (2003), *Il sottile filo della responsabilità civica. Gli italiani e la sfera pubblica: VIII Rapporto sull'associazionismo sociale*, Milano, Franco Angeli.

Cnel / Istat (a cura di) (2008), *Primo rapporto Cnel / Istat sull'economia sociale. Dimensioni e caratteristiche strutturali delle istituzioni non profit in Italia*, Roma.

Donati P., Colozzi L. (a cura di) (2004), *Il Terzo settore in Italia. Culture e pratiche*, Milano, Franco Angeli.

Hinna A. (a cura di) (2005), *Organizzazione e gestione del Terzo settore*, Roma, Carocci Editore.

Istat (a cura di) (2005), *Le organizzazioni di volontariato in Italia. Anno 2003*, Informazioni, Roma.

Istat (a cura di) (2008), *Le cooperative sociali in Italia. Anno 2005*, Informazioni, Roma.

Propersi A., Rossi G. (2010), *Gli enti non profit*, Milano, Il Sole 24 Ore.

