



## BACKGROUND

# L'IMPRESA SOCIALE IN ITALIA

### Ecosistema

L'imprenditorialità sociale italiana è un caso particolare nel contesto europeo. Con un ricco e frammentato ecosistema, l'imprenditorialità sociale italiana trova le sue radici nella lunga tradizione di impegno civico (Borzaga & Galera, 2012). Negli ultimi anni, molteplici iniziative intraprese dalle autorità locali e dalla società civile hanno contribuito allo sviluppo del settore. Inoltre, partenariati e reti hanno svolto un ruolo chiave nella diffusione dell'impresa sociale al grande pubblico e ai decisori politici. L'impresa sociale italiana contribuisce con il suo ruolo alla creazione di lavoro e occupazioni, trovando nuove soluzioni a problematiche sociali.

### Il contesto giuridico

Il quadro giuridico italiano riconosce e regola l'attività dell'impresa sociale. In particolare, la legge 381/91 riconosce l'identità legale delle cooperative sociali. La legge sulle cooperative sociali, classifica le cooperative in due differenti tipologie:

- le cooperative di tipo A gestiscono servizi socio-sanitari ed educativi;
- le cooperative di tipo B assicurano l'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati.

Nel 2005 è stata introdotta la legge sulle imprese sociali con la legge 155/2006. La legge identifica una categoria in cui tutte le organizzazioni ammissibile possano riconoscersi. Tuttavia, lo status di impresa sociale non fornisce particolari vantaggi o incentivi fiscali a differenza delle cooperative sociali. Il risultato? Poche organizzazioni hanno adottato lo status di impresa sociale.

### Capacità del Settore

Il terzo rapporto Iris Network, riporta, quasi 13mila imprese sociali legalmente riconosciute. Nello specifico, 12.570 sono rappresentate da cooperative sociali. Infatti, solo 774 organizzazioni sono costituite ai sensi della legge 118/05 e registrate nella sezione L. Tuttavia, aldilà del contesto normativo, più di 82mila organizzazioni non-profit sono attive nell'economia italiana. Il potenziale dell'impresa sociale (Venturi&Zandonai, 2012) è costituito da entità non-profit a vocazione sociale e diverse dalle cooperative e imprese sociali, accumulate dal fatto di essere orientate verso attività produttive. Inoltre, circa 61mila organizzazioni "for profit" operano in settori a vocazione sociale, come quelli specificati dalla legge 118/05.

### Attivitàs

Le imprese sociali italiane sono particolarmente attive nei settori della cura della persona e protezione sociale, ma anche sviluppo economico, salute, istruzione e, ricerca.

### Tra opportunità e difficoltàs

Limitate opportunità finanziarie, la mancanza di fondi pubblici e l'investimento sociale colpiscono lo sviluppo a lungo termine delle imprese sociali italiane. Ulteriori problemi di sostenibilità economica sorgono in quelle imprese sociali che operano nel quadro di appalti pubblici, a causa di ritardi nei pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni. A questo proposito, l'attuale Riforma del Terzo Settore dovrebbe contribuire a migliorare alcuni aspetti del settore. Il disegno di legge approvato dal Consiglio dei Ministri lo scorso Luglio 2014, è attualmente bloccato al Senato della Repubblica Italiana.



## Raccomandazioni

Promuovere un quadro legale e fiscale che assicuri lo sviluppo dell'impresa sociale. Migliorando l'attuale contesto normativo, la complessità e la frammentazione possono essere superate. Tuttavia, la Riforma del Terzo Settore è ancora bloccata al Parlamento Italiano.

Stimolare lo sviluppo di mercati finanziari per le imprese sociali-

Supportare la visibilità e il riconoscimento dell'imprenditoria sociale al femminile, facilitando lo scambio di esperienze e apprendimento.

Sostenere l'accesso delle imprese sociali ai mercati. Per esempio, rendendo il settore degli appalti pubblici più accessibile per l'impresa sociale.

Migliorare servizi di sviluppo e supporto dell'impresa sociale.

## Works Cited

Ashoka Italy and FAS Research, (2015). *The Landscape of Italian Change makers*

Borzaga, C. and Galera, G.,( 2012). *The Concept and Practice of Social Enterprise. Lessons from the Italian Experience* European Commission. (2014 b). *A map of social enterprises and their eco-system in Europe - Italy Country Report*.

Fici, A. (2006). *The New Italian Law on Social Enterprise*. Paper presented at seminar: Emerging models of social entrepreneurship: possible paths for social enterprise development in central east and south east Europe. Trento, Italy.

Venturi P., Zandonai F. (2012). *L'impresa sociale in Italia. Pluralità dei modelli e contributo alla ripresa*, Rapporto Iris Network, Altreconomia, Milano.

Venturi, P., and Zandonai, F. (2014). *L'impresa sociale in Italia. Identità e sviluppo in un quadro di riforma*. Iris Network Report.

Biggeri, M and All (2015). *A historical overview of social enterprises in Italy from a European perspective*, Paper presented at 5th International Ciriec Research Conference on Social Economy

### Personal interviews with the following social entrepreneurs:

- Barbara Imbriani (Pariqual)
- Emanuela Donetti (Urbano Creativo)
- Francesca Fedeli (Fight the Stroke)
- Laura Orestano (SocialFare)
- Luana Stramaglia (Fork in Progress)
- Luciana Delle Donne (Made in Carcere)
- Monica Mereddu (Saridina Innovation)
- Rossella Palma (Babysitter Creative)
- Serena Baldari (La città delle Mamme, L'Alveare)
- Simona Palese (Due Verticale; StaiSinergico)

## IL PROGETTO

Questo mini-report, si basa su dati empirici primari raccolti da Valentina Patetta, da Maggio a Luglio 2015 in Italia, per conto della European Women Lobby . I dati qualitativi sono stati raccolti tramite interviste semi-strutturate , con 10 informatori ,utilizzando metodi di intervista femministe . I dati quantitativi sono stati raccolti attraverso un sondaggio internet disponibile in italiano e inglese preso in visione da 32 intervistati.

Questi risultati fanno parte di uno studio pilota di 1 anno iniziato da Women's Lobby dal titolo "WEstart : Mappatura delle imprese sociali al femminile in Europa" . Concentrandosi su 10 paesi europei , WEstart, cerca di ottenere una migliore comprensione della situazione e sonda lo stato di avanzamento dell'imprenditorialità sociale delle donne in Europa.

Per maggiori dettagli sull'intervista " WEstart" visitare : [www.womenlobby.org](http://www.womenlobby.org) or [www.WEstartEurope.org](http://www.WEstartEurope.org)

### PHOTO CREDITS

p.2 © Dell'edizione 2015 di Allora Crealo! (2015) [Photograph]. Retrieved 1 September, 2015, from Alloracrealo <http://www.alloracrealo.it/com-stampa-il-primo-giorno-di-allora-crealo-con-giovani-imprenditori-e-ricercatori-dell'innovazione-sociale/> p.3 © Emanuela Donetti (2014), Copyright by Francesca Cirio [Photograph]. Retrieved 1 September, 2015, from cpiub <http://cpiub.com/2014/06/intervista-urbano-creativo/> p. 5 © Francesca Fedeli at TED (2013), Reprinted with permission.



## MINI-REPORT

L'imprenditorialità sociale femminile in

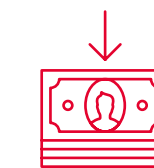
# ITALY

Creare valore condiviso rispondendo a bisogni sociali non soddisfatti

**Le imprenditrici italiane promuovono soluzioni innovative che, affrontando i bisogni della comunità, facilitano il cambiamento sociale**

## RISULTATI CHIAVE\*

\*Out of 31 women surveyed



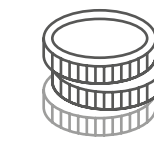
Il fatturato medio annuo **200,000€** (con variazioni).



La durata media del funzionamento dell'impresa sociale di una donna è di **6 ANNI**



**24%** sostiene interamente il proprio nucleo familiare con il reddito da loro impresa sociale.



In media , il **63%** del profitto viene reinvestito nella missione sociale.



In media quasi il **80%** del reddito è "reddito di mercato".

"Non è l'impresa sociale ad avere il giusto approccio. Semmai, sono le altre ad averlo sbagliato"

Simona Palese  
FONDATRICE DI STAISINERGICO E DUE VERTICALE

## KEY FINDINGS

### ECOSISTEMA

- Circa 13,000 imprese sociali legalmente riconosciute; più di 82.000 organizzazioni che costituiscono il «potenziale dell'impresa sociale» ; 61mila organizzazioni "for profit" che forniscono beni e/o servizi a utilità sociale.
- Nel 2011, il settore delle imprese sociali ha contribuito per il 3,4% al PIL italiano.
- Alta percentuale di uomini nel settore dell'innovazione sociale (Ashoka Italia, 2015).

### SETTORI

- Sviluppo locale per la coesione sociale
- Sistema di assistenza e protezione
- Istruzione
- Servizi professionali.

### MISSIONS

- Inclusione del "diverso", integrazione lavorativa, educazione, responsabilizzazione femminile , economia circolare.

### MOTIVAZIONE

- Affrontare i bisogni sociali insoddisfatti, in modo innovativo ed etico e con un forte impatto sociale.

### ARRIERE

- Finanziamento limitato ed un quadro legislativo complesso e frammentato.
- Atteggiamenti sociali.

### GENERE

- Le donne imprenditrici sociali contribuiscono "all'empowerment" delle donne nel paese.
- Le donne gestiscono la loro impresa sociale in un modo più partecipativo e collaborativo
- Le donne si sentono legate tra loro ed hanno tanta passione per la loro "missione sociale"
- Le donne devono affrontare sfide maggiori nel campo della creazione d'impresa rispetto agli uomini che lavorano nel campo dell'imprenditoria sociale.

### IMPATTO

- L'impatto sociale è la misura con cui cercano d'avere un risultato individuale e sociale.

## TABLE OF CONTENTS

p2 Background • p3 Imprenditrici Femminili • p5 Impatto Sociale • p6 Raccomandazioni • p6 Referenze, Il Progetto

## CASE STUDY



### Urbano Creativo Emanuela Donetti

“Implementare il cambiamento digitale” è la missione perseguita da Emanuela Donetti, co-fondatrice di Urbano Creativo. Il mondo stava cambiando e nuove soluzioni erano richieste. Emanuela non si è lasciata sfuggire l'occasione ed è stata una pioniera nel panorama italiano, introducendo il concetto di smart city. «Abbiamo dato vita a una nuova era per le donne nel settore della tecnologia e innovazione». Urbano Creativo è la prima start-up femminile che si è occupata di tecnologia e innovazione.

Dopo il fallimento della sua prima start-up innovativa «Ero troppo giovane», Emanuela è ora Smart City Project Developer a Urbano Creativo, organizzazione in grado di generare strategie innovative per città del futuro. Tecnologia, mobilità sostenibile e innovazione al centro dei suoi interessi.

Dal punto di vista della questione di genere, Urbano Creativo è fortemente orientata alle donne. «Operiamo una discriminazione positiva per le donne; Urbano Creativo è un progetto con un forte approccio gender». Lei è stata la prima donna in un settore fortemente maschile, aprendo così le porte per la nuova generazione di donne. «Oggi è semplice trovare donne nel settore tecnologico, ma nel passato non era così scontato».

Come sognatrice professionista, «la mia missione è cambiare il mondo», la sua non convenzionale vita è perfettamente allineata al suo percorso professionale. Diventare imprenditrice sociale è stata una scelta piuttosto logica. Oggi Emanuela, è tra le 100 donne digitali più influenti in Italia.



### Motivazioni

«Un'idea innovativa» è questa la motivazione principale che spinge le donne italiane a divenire imprenditrici sociali, come mostrato dall'analisi qualitativa, condotta, intervistando 10 imprenditrici sociali italiane e quella quantitativa su un campione di 32 imprenditrici. Tuttavia di pari importanza anche «rispondere a bisogni insoddisfatti» e «contribuire a uno specifico impatto sociale». L'analisi quantitativa ha confermato che le donne italiane sono mosse anche dalla voglia di «creare un modello di business più etico». Innovazione, etica e cambiamento sociale sono le maggiori forze che ispirano le donne italiane a divenire imprenditrici sociali.

#### Soluzioni innovative per questioni sociali irrisolte

Fornire soluzioni innovative e concrete a bisogni sociali è la motivazione principale per fondare un'impresa sociale in Italia. Particolarmente nelle comunità marginalizzate o complesse.

#### "L'innovazione sociale compare in contesti borderline"

afferma Simona Palese, fondatrice di DueVerticale (comunicazione attraverso storytelling urbano) e Stai Sinergico (uno spazio di lavoro che promuove l'economia collaborativa nel Sud Italia). Anche per Luana Stramaglia, fondatrice di Fork in Progress (ristorazione sociale che promuove il dialogo intergenerazionale) l'idea di sviluppare la sua attività nella sua città nativa è collegata all'obiettivo di sviluppo della sua comunità di appartenenza.

#### «Vivere in una metropoli e un Paese in crisi, mi ha reso più sensibile verso i bisogni della comunità»

dice Rossella Palma, fondatrice dei BabySitter Creative, organizzazione che fornisce servizi di babysitting innovativi ed eco-sostenibili. «L'impegno civico guida le donne verso il settore dell'economia sociale» sottolinea Monica Mureddu - fondatrice di Sardinia Innovation, la prima rivisita di innovazione in Sardegna - «tutta la mia vita professionale è uno strumento per aiutare la comunità».



Le imprenditrici sociali

Può succedere che questi bisogni non soddisfatti siano legati a esperienze personali. Serena Baldari - co-fondatrice de L'Alveare (spazio di co-working a sostegno della genitorialità) e La città delle mamme (associazione a supporto della genitorialità) spiega che la sua personale esperienza in coniugare maternità e vita professionale è stata rilevante per il suo impegno prima come volontaria e poi imprenditrice. «L'idea è intimamente legata al mio background accademico, al mio lavoro ufficiale, alla mia vita privata e, al contesto attuale» dice Barbara Imbergamo, fondatrice di Pariqual, organizzazione che progetta giochi di pari opportunità.

#### Essere etici negli affari

L'analisi qualitativa ha evidenziato che molte imprenditrici sociali italiane sono in prima linea nella creazione di un modello di affari alternativo.

Dopo una lunga esperienza nel settore privata, Laura Orestano - fondatrice di SocialFare la cui missione è generare e innovare soluzioni per i Beni Comuni - decide di cercare un equilibrio tra la viabilità finanziaria e l'impatto sociale. L'impresa sociale le offriva la giusta struttura per le sue ambizioni. Allo stesso modo, Luciana Delle Donne, fondatrice di Made In Carcere (cooperativa che produce capi di abbigliamento e accessori usando materiali riciclati, impiegando donne detenute), ex Top Manager è attualmente coinvolta nella creazione di un modello di business innovativo che parta da persone, spazi e oggetti abbandonati e dimenticati dalla società. «Il carcere è il posto dove costruire un nuovo sistema economico inclusivo».



### Genere e Imprenditorialità Sociale

L'imprenditorialità sociale è un percorso allineato a un viaggio intimo e privato verso un nuovo approccio alle questioni di genere.

Come notato da Simona Palese: «Le mie imprese sono il risultato di un percorso femminile verso un nuovo approccio alle questioni di genere». «Noi sviluppiamo giochi divertenti e creativi [...] per sfidare gli stereotipi di genere» dice Barbara Imbergamo. Dello stesso avviso Luciana Delle Donne, «contaminazione, collaborazione e cooperazione tra e con le donne». In altri casi, la dimensione di genere è diventata centrale solo in un secondo momento: «All'inizio nessun riferimento alla dimensione di genere. Oggi, le donne sono centrali nel mio progetto» dice Luana Stramaglia.

Come il sondaggio rivela, le imprenditrici sociali italiane non percepiscono difficoltà legate al genere nella costituzione della loro impresa. Tuttavia, le 10 intervistate hanno rivelato alcuni pregiudizi e attitudini sociali negative solo perché donne, specialmente in settori con una forte presenza maschile. «E' dura essere una donna imprenditrice. Tuttavia, c'è un crescente supporto da parte di molti uomini» dice Laura Orestano.

Sebbene il terzo settore italiano sia dominato da donne, l'innovazione sociale è territorio maschile. Come la Mappatura degli innovatori sociali in Italia condotta da Ashoka Italia ha rivelato, su un campione di 1000 solo 336 sono donne. E' solo una questione di visibilità o questi numeri nascondono altro?

#### Ruoli di genere

L'essere donna influenza la relazione che s'instaura tra la fondatrice con i collaboratori, soci, fornitori, beneficiari. Le interazioni e gli scambi sono condizionati della sensibilità e approccio femminili. Inoltre, la maternità e la famiglia sono positivamente influenzati dall'impresa sociale. «La mia vita privata è condizionata dalla mia attività. Lavoro di più che in passato e ho meno tempo libero per me stessa. Tuttavia, riesco a gestire meglio la mia vita familiare e quella professionale» dice Serena Baldari.

In altri casi, affrontare i ruoli tradizionali è la prima preoccupazione dell'imprenditrice sociale. «Come donna

è stato naturale iniziare un'attività di cura per bambini. Tuttavia, la nostra idea è quella di rimuovere ogni tipo di genderization intorno a un'attività considerata tradizionalmente femminile, restituendole la sua dignità nella società» dice Rossella Palma.

#### Eguaglianza di Genere

Sostenere l'eguaglianza di genere può essere la prima battaglia delle imprenditrici sociali. Il 93% delle donne coinvolte nel sondaggio, afferma, di aver contribuito all'eguaglianza di genere in Italia.

#### «L'eguaglianza è necessaria per risolvere delle questioni ancora aperte e superare le difficoltà» nota Serena.

#### Gender Empowerment

Eighty-six percent of Italian women L'86% delle imprenditrici sociali italiane afferma di aver contribuito anche "all'empowerment" femminile in Italia. «L'empowerment" femminile non è l'obiettivo della mia attività, ma il risultato» dice Monica Mureddu. Il 90% del campione pensa di aver contribuito al proprio empowerment attraverso la propria attività. Inoltre, la maggioranza delle donne intervistate ha rimarcato che, il proprio progetto imprenditoriale, ha cambiato la propria routine, la propria vita insomma: «Radicalmente» come dice Simona. Tuttavia, in alcuni casi le donne hanno espresso solitudine, come Monica racconta :

#### «E' dura essere un'innovatrice sociale, ma mai arrendersi».



## Impatto Sociale

Ottenere l'impatto sociale a livello di comunità è tra le motivazioni principali per iniziare un'impresa sociale. Le imprenditrici sociali italiane implementano cambiamento sociale per migliorare il benessere della comunità. Sensibilizzazione, partecipazione, co-operazione tra i membri, partenariati e valore condiviso. Luana, Rossella e Serena confermano l'impatto positivo delle proprie attività. Positivo e misurabile. «Sì, posso misurare l'impatto nel numero di nuovi partenariati, attività e beneficiari» dice Laura. Lo sviluppo della comunità è a centro delle imprenditrici sociali italiane. Non solo in termini di crescita economica, ma anche in termini di sviluppo culturale e sociale. «Ho visto un miglioramento culturale in persone marginalizzate» nota Luciana. Le imprenditrici sociali sono in grado di creare valore condiviso, ma «c'è ancora un sacco di lavoro da fare per raggiungere un buon livello di innovazione sociale» dice Monica.

## CASE STUDY



### Francesca Fedeli Fight the Stroke

Delle volte sono le vicende personali a guidare le donne verso la creazione di un'impresa sociale. Con una carriera nel settore del marketing, Francesca Fedeli è stata guidata dal desiderio di risolvere una specifica problematica sociale con la quale ha avuto esperienza. Dopo l'ictus di suo figlio, la vita di Francesca è completamente cambiata. Nel 2013 fonda Fight the Stroke (FST) la cui missione è sviluppare un approccio olistico al problema dell'ictus pediatrico.

E' stata la sua personale esperienza a guidarla verso l'impresa sociale. «Dopo l'ictus di mio figlio, il mio precedente lavoro non soddisfaceva la mia necessità di impatto sociale» Francesca ha confermato che la sua impresa sociale, «Fight the Stroke» ha cambiato la mia vita: nuove energie, più lavoro, meno soldi... ma felicità». La sua storia conferma l'impatto sociale raggiunto dalle imprenditrici sociali a livello di comunità. Non solo consapevolezza su questioni

delicate come l'ictus pediatrico e l'open science, ma anche la costituzione di partenariati e reti tra le famiglie coinvolte. E le questioni femminili? Francesca rivela: « Come donna e mamma, ho affrontato alcuni pregiudizi da parte della comunità scientifica».

Francesca attualmente è parte del Consiglio dei Direttori dell'Alleanza Internazionale per l'ictus pediatrico, in oltre, ha anche pubblicato il libro «Fight and Smile: a story of Love and Science». Recentemente, Francesca è stata selezionata come la prima fellow di Ashoka Italia.