



Presenta

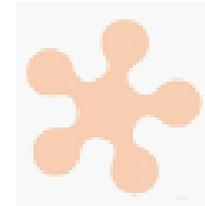
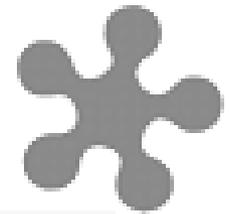
**Osservatorio sulla dinamicità relazionale
delle imprese sociali in Italia
VIII[^] Edizione – Focus Dati su «Nuovi stili di consumo
realizzati e promossi dalle imprese sociali in Italia»**

«Cibo, ambiente e stili di vita »

Milano, 9 Ottobre 2014

Fondazione Culturale San Fedele

www.impresasociale.net



Metodologia

Nota metodologica

Campione

Panel 400 imprese sociali (cooperative sociali e relative organizzazioni di secondo livello, ovvero, le organizzazioni deputate con maggiori probabilità ad acquisire la natura giuridica di impresa sociale)

Interlocutori

Responsabili delle organizzazioni (prevalentemente Presidenti e Direttori)

Rilevamento

CATI (Computer Aided Telephone Interview)

Principali aree di approfondimento

1

andamento economico e sentiment

2

capacità relazionale

3

propensione all'innovazione

4

dinamicità occupazionale

5

livello di managerialità

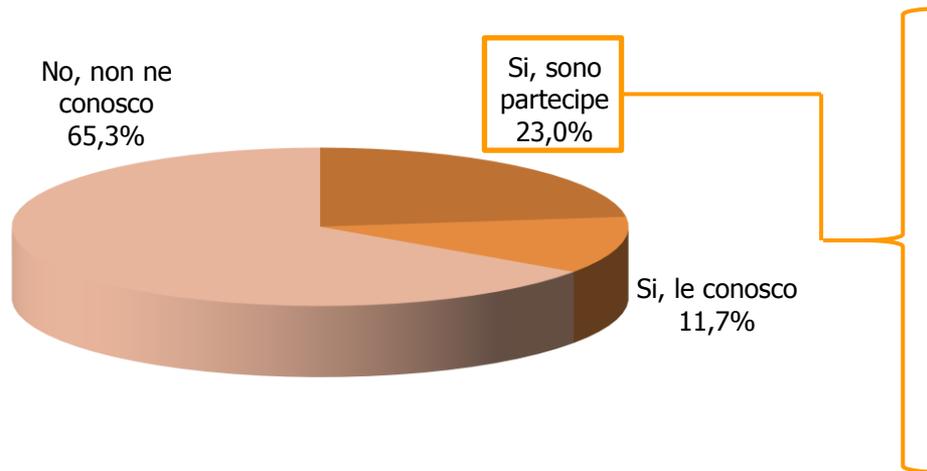
6

propensione agli investimenti in ict

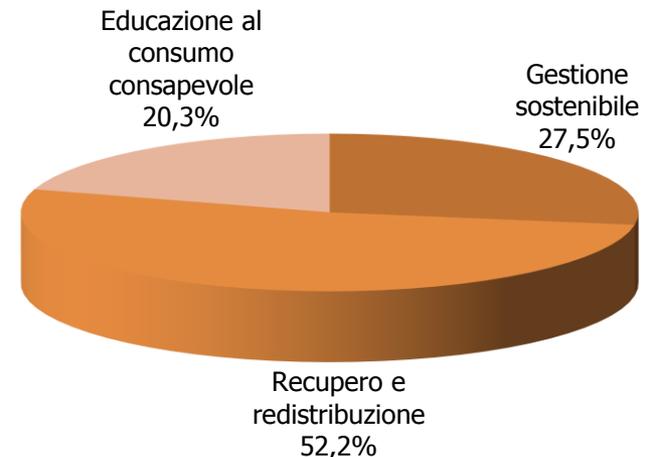
Imprese sociali attive per riduzione sprechi alimentari e ambiti di intervento

Negli ultimi 3 anni avete svolto iniziative per sostenere la riduzione degli sprechi alimentari o migliorare la sostenibilità dei consumi alimentari? In che ambito?

Iniziative contro sprechi alimentari



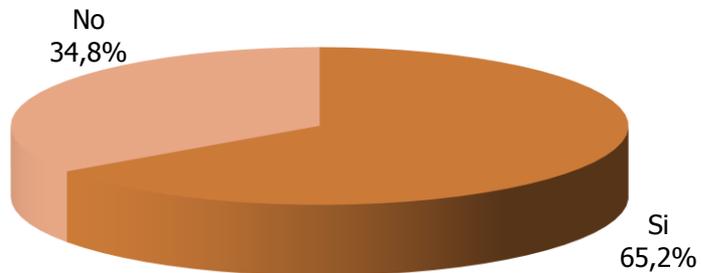
Ambiti di sviluppo



Imprese sociali attive per riduzione sprechi alimentari: iniziative pregresse e future

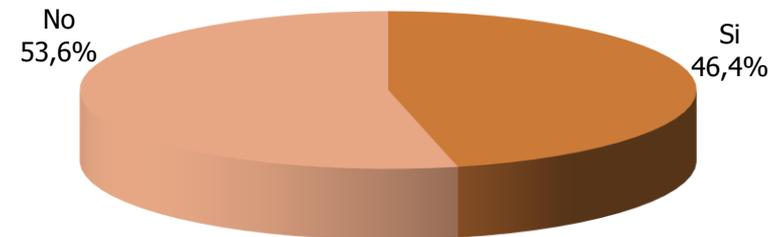
È stata la vostra prima iniziativa?

Prima iniziativa



Pensate di farne altre in futuro?

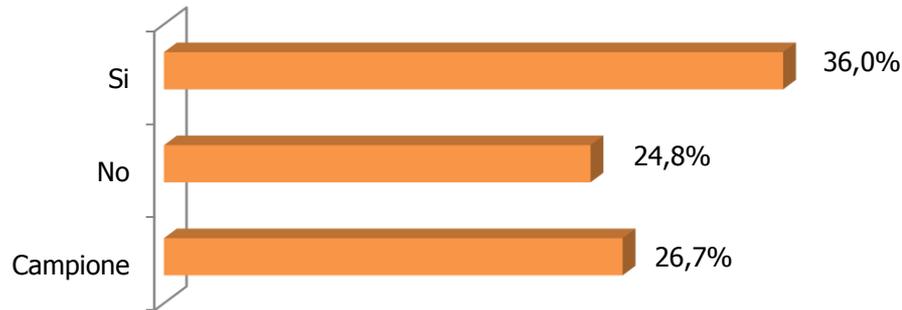
Iniziative future



Sentiment economico ed occupazionale: caratteristiche delle organizzazioni attive

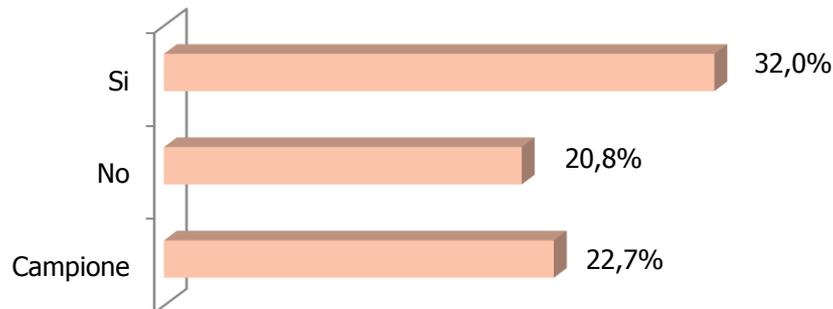
Sentiment economico ed occupazionale: raffronto imprese che hanno/non hanno realizzato iniziative dedicate negli ultimi 3 anni

Iniziativa contro sprechi alimentari



■ % Imprese sociali con previsioni di fatturato in crescita

Iniziativa contro sprechi alimentari



■ % Imprese sociali con sentiment occupazionale in aumento

Innovazione: caratteristiche delle organizzazioni attive

Propensione all'innovazione?

Iniziative contro sprechi alimentari

| | | Sì | No | Campione |
|--------------------|--------------------|--------|--------|--------------|
| Indici innovazione | Medio alti | 34,0% | 30,0% | 38,7% |
| | Medi | 36,0% | 29,6% | 30,7% |
| | Medio bassi | 30,0% | 40,4% | 30,7% |
| | Totale | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Rapporti con aziende for profit: caratteristiche delle organizzazioni attive

Rapporti con aziende for profit

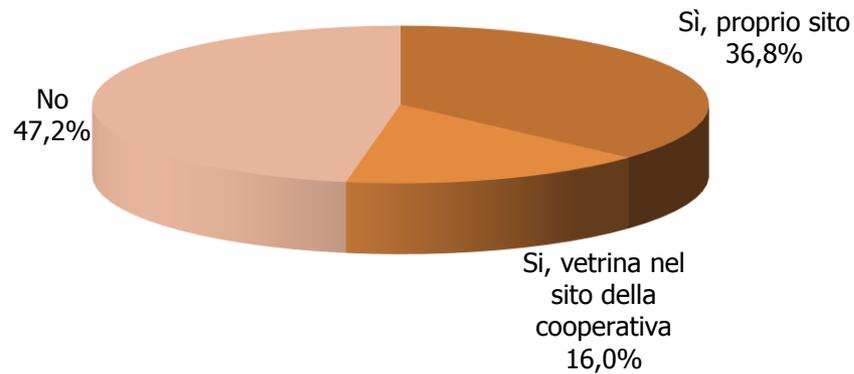
Iniziative contro sprechi alimentari

| | | Sì | No | Campione |
|---------------------------------|------------------------|--------|--------|--------------|
| Rapporti con aziende for profit | Aumento | 22,0% | 20,4% | 20,7% |
| | Stabili | 54,0% | 44,4% | 46,0% |
| | Diminuzione | 10,0% | 11,2% | 11,0% |
| | Nessun rapporto | 14,0% | 24,0% | 22,3% |
| Totale | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Visibilità delle iniziative: caratteristiche delle organizzazioni attive

Visibilità iniziative

Presenza sito



Conclusioni

L'impresa sociale fin dalle sue origini si caratterizza per saper trovare soluzioni originali per migliorare la qualità della vita e rispondere alle emergenze sociali.

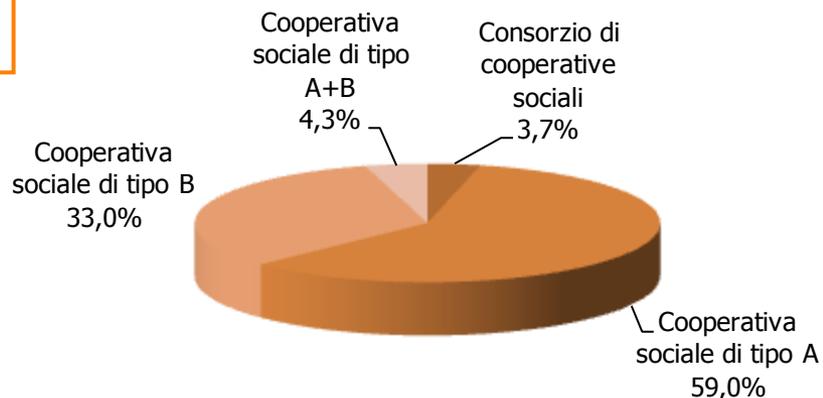
Anche nel caso di attività di sensibilizzazione dedicate a ridurre l'impatto degli scarti alimentari, l'impresa sociale dimostra di saper essere protagonista, sviluppando soluzioni originali spesso in rete con altri attori, sia organizzazioni che singoli cittadini.

La sfida del prossimo futuro consiste nel procedere verso una progressiva strutturazione delle iniziative per evitare il rischio di interventi privi di continuità e quindi con minor efficacia.

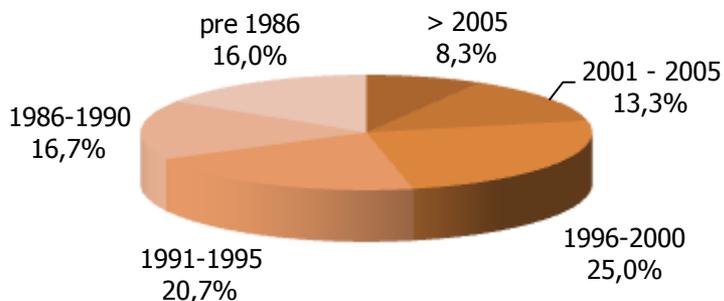
Obiettivo di Isnet è continuare a monitorare le iniziative isolando le best practice per azioni di trasferibilità e di accompagnamento, favorendo contaminazioni e replica dei progetti.

Il campione

Tipologia di organizzazione



Anno di costituzione



Localizzazione

| Regione | % |
|-----------------------|---------------|
| Abruzzo | 2,7% |
| Basilicata | 1,7% |
| Calabria | 3,3% |
| Campania | 3,3% |
| Emilia Romagna | 8,0% |
| Friuli Venezia Giulia | 2,3% |
| Lazio | 9,7% |
| Liguria | 4,3% |
| Lombardia | 16,0% |
| Marche | 2,7% |
| Molise | 1,0% |
| Piemonte | 6,0% |
| Puglia | 7,3% |
| Sardegna | 6,7% |
| Sicilia | 8,0% |
| Toscana | 5,7% |
| Trentino Alto Adige | 2,0% |
| Umbria | 1,3% |
| Valle d'Aosta | 0,3% |
| Veneto | 7,7% |
| Totale | 100,0% |