

## COMUNICATO STAMPA

# Impresa sociale: **RELAZIONI e INNOVAZIONE** come antidoto alla crisi

LO AFFERMA IL **TERZO RAPPORTO DELL'OSSERVATORIO** SULLE IMPRESE SOCIALI, PROMOSSO DA **ISNET** CON IL SUPPORTO SCIENTIFICO DI **AICCON**, IN CUI SI CONFERMA IL **VALORE DELLE RELAZIONI E DELL'INNOVAZIONE PER IL MODO DELLA COOPERAZIONE SOCIALE**.

A fronte di un **26,5% di imprese sociali** che dichiara nell'ultimo anno un andamento "in difficoltà (superiori di ben 10 punti rispetto alla precedente rilevazione), sono le organizzazioni che presentano una miglior performance nelle relazioni con gli stakeholder a presentare i migliori indicatori e dati di *sentiment*. Quanto alla disciplina sull'impresa sociale sempre alta la quota di imprese sociali (**oltre il 60%**) che lamenta una *mancaza di informazioni*.

Rispetto alla seconda edizione, **diminuiscono le organizzazioni "in crescita" ed aumentano di oltre 10 punti percentuali quelle in difficoltà a conferma della crisi in atto**. Sono le **cooperative sociali di tipo B** a dichiarare maggiori difficoltà (anche a seguito della crisi del settore privato, con il quale molte di queste organizzazioni ha rapporti di fornitura) e quelle localizzate nel sud Italia. Tuttavia sono le imprese sociali che presentano la migliore performance nella relazione con gli stakeholder e che più hanno investito in innovazione a meglio fronteggiare la crisi. Il 48,8 del campione, mediamente dichiara che nell'ultimo anno le relazioni con gli stakeholder sono aumentate, circa la metà di queste (22,5%) presenta alti indici di innovazione. Quasi due su tre di questa ultima porzione, dichiara di aver avuto un 2008 in crescita.

*"Per il terzo anno consecutivo – afferma **Laura Bongiovanni, presidente di ISNET** – si conferma l'importanza della rete come strumento strategico per lo sviluppo delle imprese sociali. Gli strumenti capaci di sostenere le reti trovano per questo motivo ampio consenso e condivisione".*

*"Così come avviene per le imprese for profit – afferma **Paolo Venturi, direttore di AICCON** – anche le imprese sociali necessitano di indicatori di trend come supporto alle decisioni strategiche per lo sviluppo di una cultura dell'"**imprenditorialità sociale**".*

L'Osservatorio ha anche monitorato la **conoscenza e la valutazione della disciplina sull'impresa sociale**, e anche per questa edizione, oltre il 60% degli intervistati lamenta una mancaza di informazioni. Tra gli strumenti informativi più utilizzati le organizzazioni di categoria (37,8%), Internet (23%), articoli su riviste e giornali del non profit (17,8%), presentano le percentuali più alte di apporto informativo.

[www.aiccon.it](http://www.aiccon.it)  
[www.impresasociale.net](http://www.impresasociale.net)