COLLOQUIO SCIENTIFICO SULL'IMPRESA SOCIALE
IX EDIZIONE

PAPER

Massimo Lori, Ilaria Vannini
ISTAT

QUALE ECOSISTEMA PER LA DIFFUSIONE DELL'IMPRESA SOCIALE?

Paper presentato in occasione del
Colloquio scientifico sull'impresa sociale, 22-23 maggio 2015
Dipartimento PAU (Patrimonio, Architettura, Urbanistica)
Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria

ISBN 978-88-909832-2-1

Iris Network
Istituti
di Ricerca
sull'Impresa
Sociale

Abstract

I concetti di imprenditorialità sociale e, sul piano organizzativo, quello di impresa sociale stanno catalizzando negli ultimi anni le riflessioni e il dibattito sulle istituzioni non profit. Sebbene la letteratura su tali argomenti si sia notevolmente arricchita, la definizione e la specificazione dei concetti non è del tutto condivisa all'interno della comunità scientifica così come non si è ancora affermata una chiara agenda di ricerca.

Il presente contributo ha l'obiettivo duplice di fornire alcuni spunti sia di ordine teorico che empirico nell'ambito del dibattito sull'impresa sociale. Sul piano definitorio, in questo lavoro un punto di partenza è l'utilizzo di una definizione "inclusiva" di impresa sociale come istituzione non profit market oriented secondo le classificazioni ad uso dei conti nazionali. Più esplicitamente, lo scopo è quello di ricostruire l'ecosistema e l'ambiente istituzionale che favoriscono o inibiscono attività e processi volti al miglioramento del benessere sociale e della creazione di nuove imprese o di innovazioni organizzative.

Utilizzando i dati raccolti con il Censimento delle istituzioni non profit nel 2011, si analizza in primo luogo la diffusione dell'impresa sociale al livello provinciale, delineandone le principali caratteristiche e come queste tendono a connotare la morfologia del terzo settore a livello locale. Inoltre, il radicamento dell'impresa sociale è studiata alla luce del contesto istituzionale e del tessuto economico-sociale che è possibile ricostruire con gli indicatori resi disponibili dalla statistica ufficiale.

Istat

1. Il problema della misurazione statistica dell'impresa sociale

Negli ultimi decenni è cresciuto fortemente l'interesse verso il concetto di impresa sociale in Europa come nel resto del mondo[1]. Le motivazioni alla base di tale attenzione sono molteplici ma sono sicuramente sostenute, da un lato, dalla incapacità delle forma tradizionale di impresa for profit di produrre beni e servizi *pubblici*[2], dall'altro, come emerso chiaramente con l'ultima crisi economica, dai limiti del modello economico-finanziario *mainstream* che produce esternalità negative che accrescono le diseguaglianze e che ostacolano la possibilità di uno sviluppo e di una crescita sostenibile. Il quadro, tuttavia, è reso ancora più complesso perché allo stato attuale l'impresa sociale permane un concetto cangiante, nel senso che si è in presenza sul piano teorico di diverse definizioni riconducibili, in sintesi, alla contrapposizione tra approccio europeo versus quello di matrice anglosassone[3]. Ma non solo. In considerazione della sola Europa, nel corso del tempo i singoli stati membri hanno prodotto specifici *framework* giuridici nel disciplinare questa particolare forma d'impresa che rendono la comparazione del fenomeno non del tutto agevole.

Sul piano della traduzione operativa del concetto, il problema definitorio si trasforma nella ricerca di un set di criteri *core* tali da riflettere le condizioni minime che un'impresa sociale dovrebbe rispettare. In questa direzione, l'UE[4] ha individuato i seguenti indicatori:

- *The organisation must engage in economic activity: this means that it must engage in a continuous activity of production and/or exchange of goods and/or services;*
- *It must pursue an explicit and primary social aim: a social aim is one that benefits society;*
- *It must have limits on distribution of profits and/or assets: the purpose of such limits is to prioritise the social aim over profit making;*
- *It must be independent i.e. organisational autonomy from the State and other traditional forprofit organisations; and,*
- *It must have inclusive governance i.e. characterised by participatory and/ or democratic decision-making processes.*

Alla luce di tali criteri, la misurazione statistica dell'impresa sociale resta un'operazione piuttosto complessa. Infatti, tali dimensioni costitutive del concetto di impresa sociale non sono direttamente misurabili dal punto di vista empirico, senza un ulteriore tentativo di operazionalizzazione tramite l'uso indicatori più analitici e precisi. Insomma, anche le definizioni più esplicite di impresa sociale sono ancora difficilmente traducibili in una definizione statistica, e di quest'ultima il sistema classificatorio della statistica ufficiale è ancora privo. Inoltre, è bene rimarcare che l'individuazione delle imprese sociali, oltre ad essere piuttosto problematica sul piano concettuale, è un'operazione complessa anche dal punto di vista metodologico. Difatti, in assenza di archivi amministrativi continuamente revisionati per il controllo della permanenza dei requisiti richiesti al momento dell'iscrizione, l'individuazione delle imprese sociali può avvenire solo ex post, attraverso specifiche indagini che verifichino che una determinata unità economica presenti le caratteristiche di base che dovrebbe possedere un'impresa sociale.

Infine, l'estensione alle imprese sociali della possibilità anche minima di remunerazione del capitale sociale e di ripartizioni degli utili potrebbe non consentire una chiara distinzione rispetto al modello tradizionale di impresa, già oggetto di altre rilevazioni statistiche.

---

[1] Kerlin J.A. (2006), Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences, Voluntas 17:247–263; Fayolle A.,Matlay H., (2011), Handbook of Research on Social Entrepreneurship, Edward Elgar Publishing; A map of social enterprises and their ecosystems in Europe, European Commision.

[2] B. Weisbrod (1998), To Profit or Not to Profit: The Commercial Transformation of the Nonprofit Sector, Cambridge University Press.

[3] Defourny J., Nyssens M., (2010), Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences, Journal of Social Entrepreneurship, 1: 1, 32 — 53.

[4] European Commision, (2014), A map of social enterprises and their ecosystems in Europe.

Sebbene la statistica ufficiale non disponga di una definizione *ad hoc* di impresa sociale, la classificazione delle unità economiche per settori istituzionali (famiglie, amministrazioni pubbliche, non profit, ecc.) del sistemi dei conti nazionali[5], applicata all'universo delle istituzioni non profit, può essere una base di partenza per misurare statisticamente l'impresa sociale. Difatti, il sistema dei conti nazionali distingue le organizzazioni tra market e non market. Più precisamente, le istituzioni non profit *market* vendono ad altri tutto o gran parte di ciò che producono ad un prezzo economicamente significativo[6]. Diversamente, le istituzioni non profit *non-market* erogano gratuitamente a terzi i beni e servizi prodotti o, eventualmente, applicandovi un prezzo "calmierato", non significativo dal punto di vista economico. In definitiva, le istituzioni non profit *market* tendono a rispettare le tre principali dimensioni costitutive dell'impresa sociale: la dimensione imprenditoriale, poiché sopravvivono secondo i meccanismi di mercato; la dimensione sociale, in quanto svolgono in genere attività d'interesse collettivo; ed infine, un livello minimo di democraticità interna, essendo solitamente enti associativi.

Prendendo quindi in considerazione le istituzioni non profit *market,* nel paragrafo che segue si analizzerà la loro diffusione al livello provinciale, utilizzando i dati Istat raccolti col Censimento delle istituzioni non profit e relativi al 2011, delineandone le principali caratteristiche e come queste tendono a connotare la morfologia del Terzo Settore a livello locale. Successivamente, il radicamento di questa forma organizzativa sarà analizzato, al livello provinciale, alla luce del contesto istituzionale e del tessuto economico e sociale.

2. Un'analisi provinciale sulla diffusione dell'impresa sociale

Per analizzare la diffusione dell'impresa sociale al livello provinciale, utilizzando i dati raccolti con il Censimento delle istituzioni non profit nel 2011, è stato costruito un indice sintetico che tiene conto delle principali caratteristiche delle Istituzioni Non Profit (INP) *market oriented* in termini di numero di unità, di risorse umane retribuite e tipologia delle entrate, per ogni singola provincia, partendo dalla considerazione che la distinzione tra imprese market e non market si basa prevalentemente sulla composizione delle entrate economiche e che le prime hanno una dimensione imprenditoriale più spiccata rispetto alle seconde. In particolare, l'analisi ha utilizzato una serie di indicatori[7], quali: (1) la quota di istituzioni non profit market sul totale delle INP, (2) e (3) la quota di lavoratori a tempo determinato e indeterminato – addetti – e di collaboratori – esterni - impiegati nelle istituzioni market sul totale dei lavoratori delle INP, (4), (5) e (6) la quota delle entrate, anche distinguendo tra la fonte – pubblica o privata e vendita di beni e servizi - delle organizzazioni market sulle entrate complessive del settore non profit. Questi indicatori sono stati aggregati mediante il metodo degli indici relativi[8], che ha consentito di assegnare a ciascuna provincia un punteggio e, dunque, di determinare una classifica delle province italiane rispetto al maggiore o minore orientamento al mercato[9]. Tale classificazione è rappresentata in Figura 1, dove in una gradazione dal blu al rosso, ai colori più freddi corrispondono le province italiane in cui le INP *market oriented* sono più radicate e ai colori caldi quelle in cui le stesse sono meno radicate. La prima provincia italiana risulta essere Reggio nell'Emilia, seguita, con punteggi decrescenti, da Vercelli, Pavia, Parma e Pisa. Nelle posizioni più basse si trovano, invece, Vibo Valentia, Aosta, Campobasso, L'Aquila e Trapani.

---

[5] European system of accounts — ESA 2010, European Commission, Luxembourg, 2013.

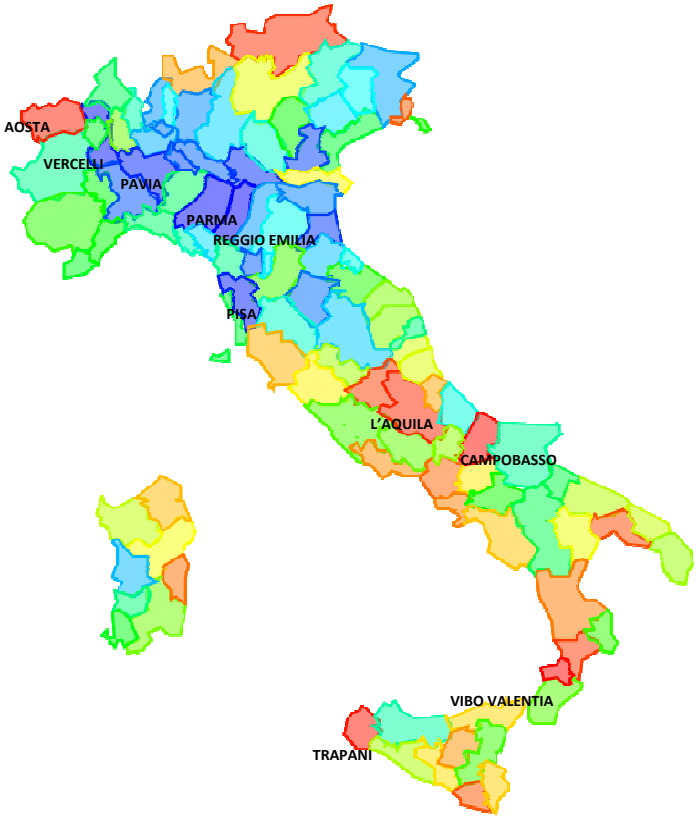
[6] Un prezzo è economicamente significativo quando, dal lato del produttore, ha una sostanziale influenza sulla quantità di prodotti che si deciderà di vendere e, dal lato del consumatore, sulla quantità di prodotto che si potrà acquistare. Operativamente, un'unità economica è definita market quando i ricavi dalla vendita di beni e servizi coprono almeno il 50% dei costi sostenuti nel processo produttivo.

[7] Selezionati a partire da un'analisi in componenti principali che ha confermato la loro capacità di spiegare il fenomeno analizzato.

[8] Aureli Cutillo E. (1996), Lezioni di statistica sociale. Parte seconda, sintesi e graduatorie, C.I.S.U., Roma.

[9] Il calcolo dell'indice e la graduatoria delle province italiane sono stati effettuati utilizzando i.Ranker, un servizio Istat per la sintesi e la comparazione di indicatori elementari. http://i.ranker.istat.it/

Figura 1. Province italiane secondo il radicamento delle istituzioni nonprofit *market oriented*



Per procedere nell'analisi e individuare le principali caratteristiche strutturali delle INP più orientate al mercato, si è resa necessaria la discretizzazione dell'indice sintetico in tre classi, in modo da distribuire, nelle province di appartenenza, il complesso delle istituzioni non profit rispetto a un profilo di orientamento al mercato alto, medio o basso. (Tabella 1).

Per quanto riguarda la distribuzione territoriale, la maggior parte delle istituzioni non profit che operano nelle province con un profilo maggiormente *market oriented* si colloca nel Nord Italia, in particolare a Nord-Ovest, al contrario di quelle con basso orientamento al mercato, che sono situate principalmente a Sud e nelle Isole. Il primo tipo di istituzione è più strutturato, con dimensioni economiche e organizzative più rilevanti rispetto alle altre, cosa che dipende, ovviamente, dalla costruzione dell'indice che le classifica, il quale a sua volta rispecchia la loro natura intrinseca. Nello specifico, tra le organizzazioni con un alto profilo market prevalgono, rispetto alla media nazionale, quelle di meno recente costituzione, con più di 10 addetti ed entrate superiori a 100,000 euro. Sebbene l'orientamento o meno al mercato influenzi il settore di attività produttiva prevalente dell'istituzione, la classificazione adottata consente di individuare delle specificità relative alle INP con profilo maggiormente *market oriented*. Infatti, rispetto alla composizione nazionale, sono relativamente più diffuse le istituzioni che si occupano di filantropia e promozione del volontariato (36.5%), o operano nella cooperazione e solidarietà internazionale (36.2%), in aggiunta ai settori tradizionalmente più "produttivi" come quello della sanità (32.1%). Al contrario, le organizzazioni con basso profilo di mercato si dedicano, nell'ordine, ad altre attività (24.3%), alla religione (22.8%) e all'ambiente (21.7%). La presenza di istituzioni non profit con un elevato profilo market sembra andare a connotare nella stessa direzione la morfologia del terzo settore al livello locale. Infatti, il confronto tra la distribuzione delle organizzazioni non profit non market secondo i valori dell'indice sintetico con quella del totale delle istituzioni (Tabella 1), non evidenzia particolari differenze in termini di localizzazione, anno di costituzione e settore di attività prevalente. Anche per quanto riguarda la dimensione economica ed organizzativa, scostamenti significativi riguardano esclusivamente le classi più elevate.

Tabella 1. Distribuzione delle Istituzioni Non Profit market e delle Istituzioni Non Profit non *market* rispetto al livello di orientamento al mercato della provincia di appartenenza, la ripartizione geografica, l'anno di costituzione, le classi di lavoratori retribuiti e di entrate e il settore di attività prevalente

	Istituzioni Non Profit (Totale)			Istituzioni non market		
	Indice sintetico in classi					
Ripartizione	*Alto*	*Medio*	*Basso*	*Alto*	*Medio*	*Basso*
Nord-Ovest	51.5	45.4	3.1	50.7	46.1	3.3
Nord-Est	41.4	50.3	8.4	40.1	51.1	8.9
Centro	21.6	67.9	10.5	20.4	68.5	11.2
Sud e isole	1.5	53.6	44.8	1.5	52.6	45.9
Anno di costituzione in classi	*Alto*	*Medio*	*Basso*	*Alto*	*Medio*	*Basso*
<1976	33.1	52.4	14.6	31.0	52.4	16.7
1976-1985	30.7	53.6	15.8	28.6	53.7	17.7
1986-1995	31.2	52.8	16.0	28.9	53.1	18.0
1996-2005	29.8	53.4	16.8	28.4	53.6	18.0
>2005	27.0	54.5	18.5	26.0	54.7	19.3
Lavoratori retribuiti	*Alto*	*Medio*	*Basso*	*Alto*	*Medio*	*Basso*
nessuno	29.5	53.4	17.2	27.9	53.7	18.4
1-4	28.2	54.2	17.6	26.9	54.1	19.0
5-9	28.8	54.6	16.6	27.4	55.6	17.1
10-49	30.8	54.9	14.3	29.5	56.3	14.2
50-99	34.6	54.3	11.1	32.0	57.0	11.0
>=100	38.5	52.4	9.1	28.2	59.7	12.2
Entrate in classi *(miglialia di euro)*	*Alto*	*Medio*	*Basso*	*Alto*	*Medio*	*Basso*
<50	28.2	53.7	18.1	27.0	53.8	19.2
50-99	32.7	53.0	14.3	31.1	53.3	15.6
100-499	33.2	53.1	13.6	32.5	53.5	14.0
500-999	31.5	55.2	13.3	28.8	57.1	14.1
1000-1999	33.7	55.5	10.8	31.5	56.7	11.8
2000-4999	37.3	54.1	8.5	30.9	60.6	8.5
>5000	36.9	57.1	5.9	28.3	65.6	6.1
Settore prevalente	*Alto*	*Medio*	*Basso*	*Alto*	*Medio*	*Basso*
Cultura, sport e ricreazione	29.9	53.5	16.6	28.1	53.8	18.1
Istruzione e ricerca	31.3	54.3	14.4	29.5	54.9	15.6
Sanità	32.1	52.6	15.3	30.2	53.6	16.2
Assistenza sociale	28.7	52.9	18.5	28.3	52.7	19.0
Ambiente	25.0	53.3	21.7	24.1	52.3	23.7
Sviluppo economico e coesione sociale	27.9	55.0	17.1	27.6	54.5	18.0
Tutela dei diritti e attività politica	28.7	55.4	15.9	27.9	55.7	16.4
Filantropia	36.5	50.2	13.3	35.3	51.4	13.4
Cooperazione e solidarietà internazionale	36.2	54.5	9.3	35.1	55.2	9.7
Religione	23.9	53.3	22.8	22.2	53.7	24.1
Relazioni sindacali e rappresentanza di interessi	23.5	55.8	20.7	21.7	55.6	22.7
Altra attività	19.7	56.0	24.3	16.4	56.7	26.9
Totale (%)	**29.4**	**53.6**	**17.0**	**27.8**	**53.8**	**18.3**
Totale (v.a.)	*88,622*	*161,465*	*51,104*	*58,168*	*112,567*	*38,324*

3. L'ambiente istituzionale dell'impresa sociale

Come ogni azione economica anche quella delle istituzioni non profit *market oriented* è socialmente situata in reti e strutture sociali, influenzata dal radicamento (*embeddedness*) culturale, cognitivo, strutturale e politico[10]. Con il concetto di *embeddedness* culturale, si indicano l'insieme delle competenze professionali, credenze, ideologie e opinioni socialmente condivise che condizionano comportamenti, strategie e fini dell'azione economica. Il concetto di *embeddedness* cognitivo, al contrario, si riferisce alle regolarità strutturate dei processi mentali che limitano la razionalità economica (incertezza, complessità, razionalità limitata, costi d'informazione, ecc.). L'*embeddedness* strutturale è da intendere come network di relazioni interorganizzative, si pensi in questo senso all'importanza delle reti di cooperative nella forma di consorzi che hanno storicamente avuto un ruolo fondamentale nella diffusione della cooperazione sociale nel nostro paese. Infine, l'ultima forma di radicamento è l'*embeddedness* politico, che riguarda i modi in cui le istituzioni sono plasmate dalla lotta per il potere che coinvolge attori economici e non economici. La diffusione delle istituzioni non profit *market*, pertanto, è avvenuta nell'ambito di ordini istituzionali, anche localmente geo-referenziati, e l'analisi che segue mira proprio a descrivere le caratteristiche "istituzionali" dei diversi contesti provinciali. In particolare, l'indice sintetico di orientamento al mercato viene messo in correlazione con una serie di indicatori che si riferiscono alla struttura demografica, economico-culturale delle province italiane, estratti dall'"Atlante della competitività delle province e delle regioni" a cura dell'Istituto Tagliacarne[11] e dalla "Banca dati indicatori territoriali per le politiche di sviluppo" dell'Istat[12], tenendo anche in considerazione il livello di relazioni economiche che coinvolgono le istituzioni non profit.

Di tutti gli indicatori analizzati (Figura 6), quelli che evidenziano i tassi di correlazione più elevati sono contenuti nella Tabella 2.

[10] Zukin, S, DiMaggio, P. (1990), *Structures of Capital: The Social Organization of the Economy*, Cambridge University Press, Cambridge.

[11] Piattaforma online composta da oltre 500 indicatori a livello provinciale e regionale con riepiloghi per macro ripartizione e nazionale e organizzati in macro-aree di interesse. http://www.unioncamere.gov.it/Atlante/.

[12] Banca dati che contiene 287 indicatori disponibili a livello regionale e sub regionale, per macroarea e per le aree obiettivo delle politiche di sviluppo, realizzata nell'ambito del progetto "Informazione statistica territoriale settoriale per le politiche strutturali 2010-2015", a seguito del Disciplinare stipulato tra Istat e Dipartimento per lo sviluppo e la coesione economica. http://www.istat.it/it/archivio/16777.

Tabella 2. Indice di correlazione di Pearson tra l'indice sintetico di orientamento al mercato e alcuni indicatori provinciali relativi alla struttura demografica, al tessuto economico, alle condizioni delle famiglie e all'attività di networking delle Istituzioni Non Profit

Indicatori	Fonte	Indice orientamento al mercato
Struttra demografica		
Quota di stranieri	Istat (2011)	0.5
Indice struttura	Istat (2011)	0.4
Indice ricambio	Istat (2011)	0.4
Tessuto economico		
% imprese manifatturiera	Atlantide (2011)	0.4
% imprese costruzioni	Atlantide (2011)	0.4
% imprese finanziarie	Atlantide (2011)	0.4
% imprese immobiliari	Atlantide (2011)	0.5
% valore aggiunto manifattura	Atlantide (2011)	0.6
% valore aggiunto industria	Atlantide (2011)	0.5
% valore aggiunto servizi	Atlantide (2011)	-0.5
Dimensione unità locali	Atlantide (2011)	0.4
Condizioni delle famiglie		
Tasso di attività	Istat (2011)	0.5
Tasso di occupazione femminile	Istat (2011)	0.4
Tasso di occupazione	Istat (2011)	0.5
Reddito procapite	Atlantide (2011)	0.4
% consumi non alimentari	Atlantide (2011)	0.4
Networking		
Quota INP network orizzontale	Istat - Censimento INP 2011	0.4
Quota INP network verticale	Istat - Censimento INP 2011	0.2

3.1 Struttura demografica

Relativamente alla struttura demografica delle province italiane, gli indicatori maggiormente correlati con l'indice sintetico di orientamento al mercato sono: (1) la quota di stranieri sulla popolazione residente, (2) l'indice di struttura della popolazione[13] e (3) di ricambio generazionale[14]. Relativamente al primo indicatore, si evidenzia che le province dove sono più radicate le organizzazioni market sono quelle con una forza di attrazione maggiore per le opportunità di vita che possono offrire, e quindi più aperte ai flussi migratori. Mentre, per quanto riguarda la struttura demografica in senso stretto, entrambi gli indicatori rilevano che in queste province vi è una distribuzione della piramide della popolazione sbilanciata verso le classi demografiche più anziane, anche rispetto alla condizione occupazionale e lavorativa.

3.2 Tessuto economico

Tra le dimensioni di contesto individuate, la più incisiva dal punto di vista del numero di indicatori coinvolti e della forza della correlazione è quella relativa al tessuto economico locale. In particolare, gli indicatori con alte correlazioni con l'indice sintetico di orientamento al mercato sono: (1) la percentuale di imprese

[13] L'indice di struttura della popolazione attiva indica il grado di invecchiamento della popolazione attiva rapportando le generazioni di popolazioni più vecchie (ancora attive), cioè la popolazione compresa tra i 40-64 anni di età, alle generazioni più giovani che saranno destinate a sostituirle, cioè la popolazione tra i 15-19 anni di età, moltiplicato per cento.

[14] L'indice di ricambio indica il rapporto percentuale tra coloro che stanno per lasciare il mondo del lavoro, cioè la popolazione compresa tra i 60-64 anni di età, e coloro che vi stanno per entrare cioè la popolazione compresa tra i 15-19 anni di età.

dell'industria manifatturiera, (2) del settore delle costruzioni, (3) delle imprese finanziarie ed assicurative e (4) immobiliari, (5) la percentuale di valore aggiunto dell'industria manifatturiera, (6) dell'industria complessivamente e (7) dei servizi e (8) la dimensione delle unità locali in termini di addetti.

Nel dettaglio, il peso del settore manifatturiero, in termini di valore aggiunto, e, più in generale, un sistema produttivo locale con forte vocazione all'industria mostrano una maggiore correlazione con l'indice di orientamento al mercato. Il contrario si verifica, invece, per le imprese che offrono servizi.

Si può affermare che le istituzioni non profit orientate al mercato sono maggiormente radicate nelle zone geografiche dove il processo di modernizzazione economico del paese ha toccato le punte più elevate. Non è casuale che la dimensione media delle imprese sia, in queste province, più elevata che in altre, a significare che in esse si incontrano le realtà imprenditoriali strutturalmente più solide.

3.3 Condizioni delle famiglie

Prendendo in considerazione le condizioni delle famiglie, gli indicatori più correlati con l'indice di orientamento al mercato delle province italiane sono: (1) il tasso di attività, (2) il tasso di occupazione femminile, (3) il tasso di occupazione, (4) il reddito pro-capite e (5) la percentuale dei consumi non alimentari.

In maniera speculare ai risultati relativi agli indicatori precedenti sul tessuto economico, nelle province con maggiore orientamento al mercato le organizzazioni non profit market sono quelle che sperimentano tassi di attività e occupazione, soprattutto femminile, più alta. Queste sono caratterizzate anche da un livello più elevato di benessere economico individuale, con relativo orientamento dei consumi verso beni non di tipo alimentare.

3.4 Reti

Il contesto delle relazioni inter-organizzative al livello provinciale, utile per l'analisi del radicamento strutturale dell'imprenditorialità sociale, viene analizzato mediante due indicatori relativi alle relazioni esistenti tra le istituzioni non profit e gli altri attori pubblici e privati: (1) il networking verticale, determinato dall'adesione delle INP ad associazioni di secondo livello internazionale, nazionale o subnazionale e (2) il networking orizzontale, misurato dall'adesione a coordinamenti tematici o partnership con istituzioni pubbliche, non profit o imprese.

Si osserva che le relazioni di tipo orizzontale, quindi meno identitarie ma più orientate agli scopi comuni, sono più rilevanti nel caratterizzare le province più orientate al mercato, piuttosto che l'affiliazione verticale.

Figura 2. Distribuzione per provincia dell'indice sintetico di orientamento al mercato e degli indicatori relativi alla struttura demografica provinciale (tasso di presenza straniera, indice di ricambio e indice di struttura). (*Valori standardizzati)*

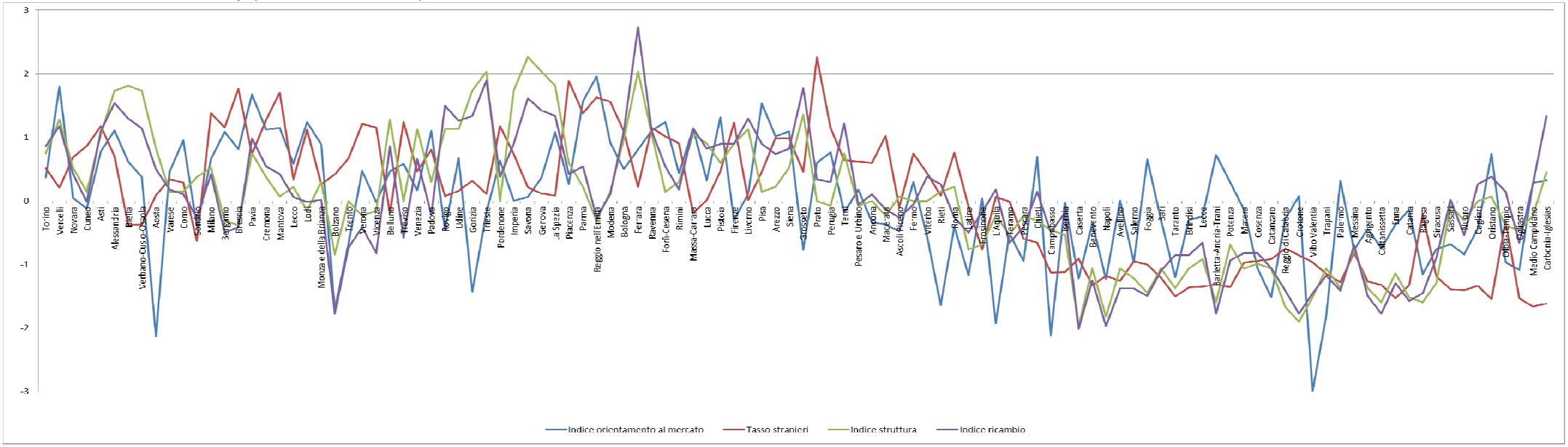


Figura 3. Distribuzione per provincia dell'indice sintetico di orientamento al mercato e degli indicatori relativi alle condizioni delle famiglie (tasso di attività, tasso di occupazione totale e femminile, reddito disponibile pro-capite e percentuale dei consumi non alimentari). *(Valori standardizzati)*

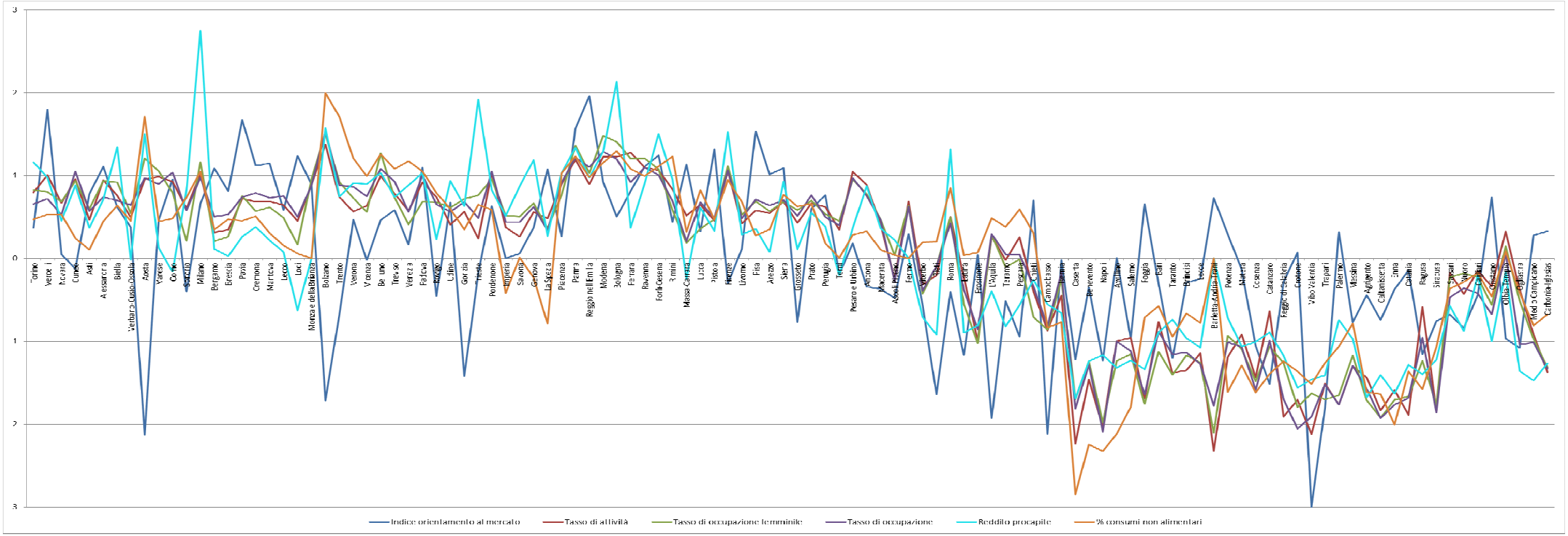


Figura 4. Distribuzione per provincia dell'indice sintetico di orientamento al mercato e degli indicatori relativi al tessuto economico provinciale (% di imprese attive nell'industria, nella manifattura, nelle costruzioni, nelle attività immobiliari e finanziarie e assicurative, % di valore aggiunto prodotto dall'impresa manifatturiera, nei servizi e dall'industria, dimensione media delle unità locali in termini di addetti). (*Valori standardizzati)*

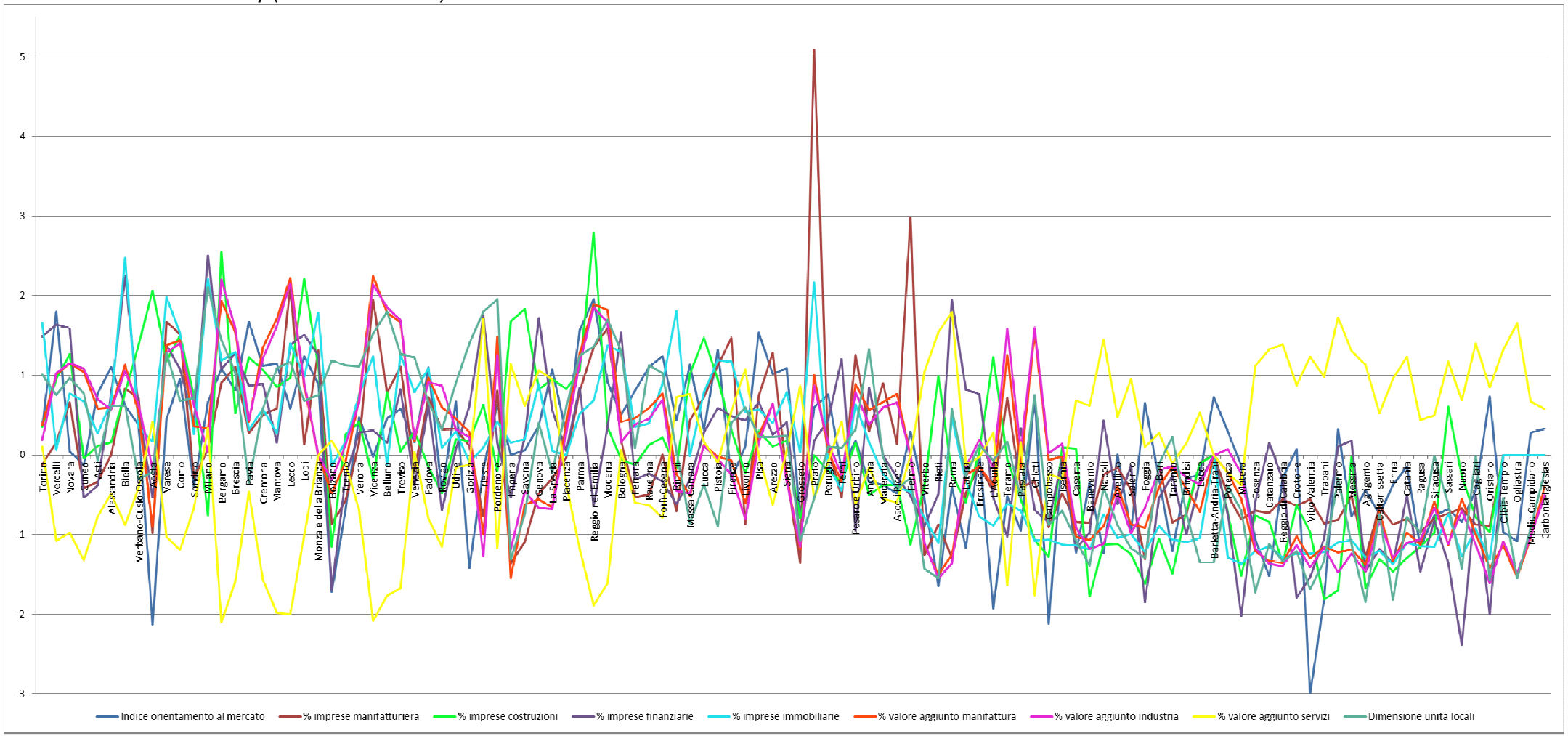
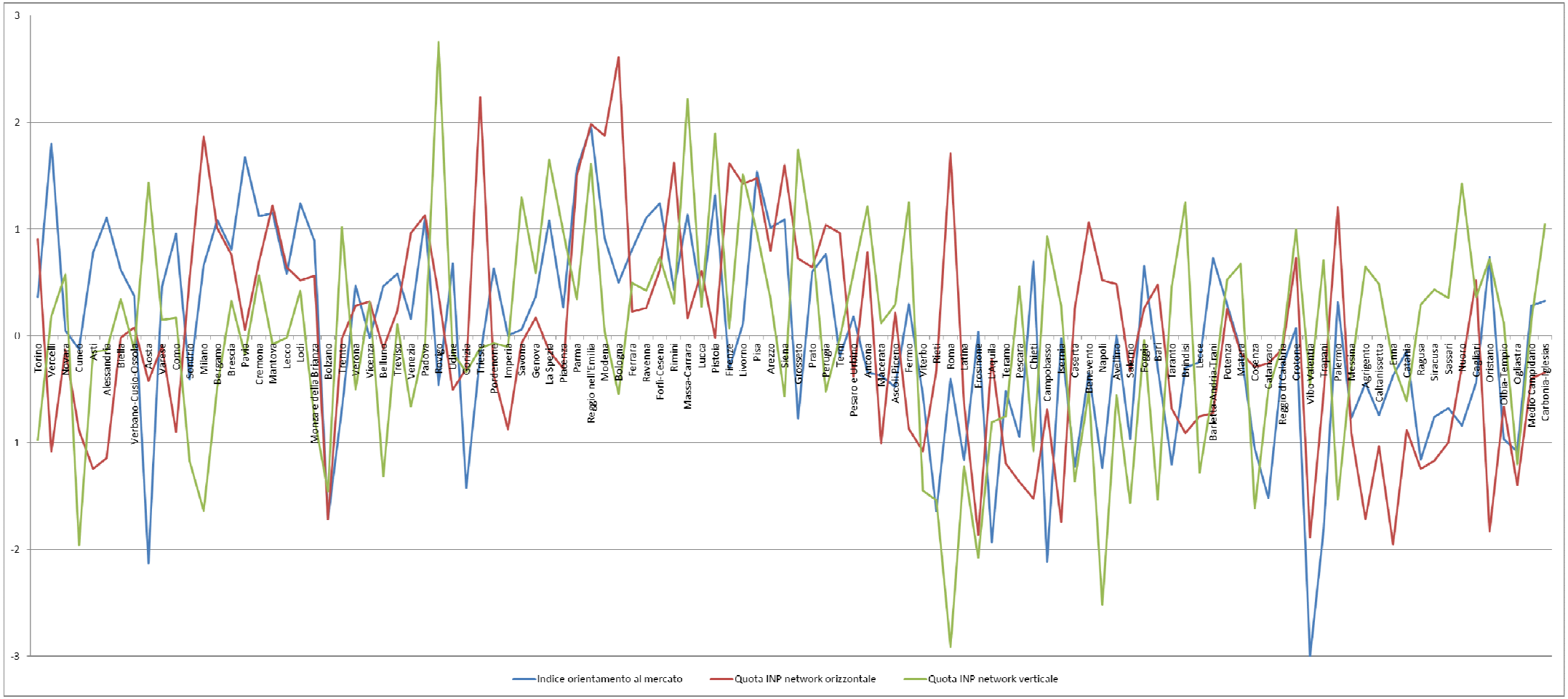


Figura 5. Distribuzione per provincia dell'indice sintetico di orientamento al mercato e degli indicatori relativi al . (*Valori standardizzati)*



4. Conclusione

A partire dalle banche dati di indicatori territoriali disponibili, la presente analisi ha cercato di descrivere l'eco-sistema più favorevole allo sviluppo dell'impresa sociale, che, alla luce delle classificazioni in uso alla statistica ufficiale, è accostabile a quella di istituzione non profit *market oriented*. Un primo risultato degno di nota è che il contesto locale fa la differenza. Difatti, le province in cui le istituzioni non profit market sono più diffuse e con dimensioni economiche più rilevanti sono quelle in cui anche le istituzioni non profit non market mostrano una maggiore strutturazione economica, sia ini termini di addetti che di fatturato. Altro elemento che va rimarcato è che, se da un lato si tratta delle aree del paese più industrializzate, dove il tenore di vita è più elevato e i modelli di consumo sono meno tradizionali, dall'altro queste sono anche quelle meno dinamiche dal punto di vista demografico e del ricambio generazionale, ad eccezione del saldo migratorio positivo conseguente alla marcata presenza straniera. Infine, non è da sottovalutare la forza dei legami interorganizzativi nella diffusione di questa forma organizzativa, in particolare determinati da forme di partnership pubblico-privato-non profit.

Il lavoro descritto presenta una limitazione dovuta alla mancanza di indicatori specifici relativi al contesto politico-istituzionale in senso stretto, utili a mettere alla luce ulteriori eventuali legami tra il fenomeno dell'imprenditorialità sociale e l'efficienza delle amministrazioni e le caratteristiche del sistema politico locale. Purtroppo per indagare questi aspetti, a causa dell'assenza di banche dati a riguardo, sarebbe necessaria la predisposizione di indicatori statistici costruiti *ad hoc*.

Allegati

Tabella 3 Province italiane per quota di Istituzioni Non Profit (INP) market sul totale delle istituzioni, quota di addetti e lavoratori esterni nelle istituzioni market sul totale, quota di entrate totali, entrate da fonte pubblica, entrate da fonte privata e entrate da vendita di beni e servizi delle istituzioni market sul totale delle INP

Province	Quota di INP	Quota di addetti	Quota di lavoratori esterni	Quota di entrate	Quota di entrate private	Quota di entrate pubbliche	Quota di vendita
PIEMONTE	**31.1**	**88.4**	**49.2**	**71.4**	**62.9**	**88.9**	**96.4**
Torino	29.8	87.0	49.2	71.8	65.0	86.9	96.2
Vercelli	31.5	94.6	62.7	87.5	74.6	96.8	98.6
Novara	32.9	89.7	52.3	55.4	42.4	93.7	95.9
Cuneo	31.2	82.4	47.8	64.9	57.5	83.7	95.2
Asti	34.3	90.6	29.1	78.0	74.5	90.2	98.0
Alessandria	30.7	92.6	64.4	74.8	60.8	95.4	97.1
Biella	31.3	92.9	35.3	77.0	64.3	92.9	97.1
Verbano-Cusio-Ossola	35.2	87.6	42.8	70.8	64.6	82.7	94.8
VALLE D'AOSTA	**26.1**	**63.5**	**46.8**	**55.1**	**54.9**	**55.3**	**89.5**
Valle d'Aosta	26.1	63.5	46.8	55.1	54.9	55.3	89.5
LOMBARDIA	**33.6**	**87.6**	**54.8**	**73.6**	**64.1**	**92.2**	**96.4**
Varese	32.2	86.5	51.7	71.1	60.7	90.0	94.9
Como	34.6	89.8	49.8	77.3	67.0	87.3	97.7
Sondrio	30.0	90.4	22.8	63.5	49.9	90.3	97.1
Milano	31.9	84.2	57.9	71.9	64.4	91.9	95.8
Bergamo	33.9	91.3	48.8	77.6	67.6	93.5	97.3
Brescia	34.4	88.1	48.8	74.9	60.2	93.7	97.0
Pavia	37.1	94.1	57.8	84.0	64.1	96.2	97.5
Cremona	34.4	90.5	51.3	78.0	65.5	93.5	97.6
Mantova	35.9	89.7	61.1	74.9	65.7	89.1	96.0
Lecco	35.3	84.9	48.1	72.5	65.2	87.8	95.1
Lodi	35.6	92.9	64.6	69.7	56.7	94.9	98.3
Monza e della Brianza	32.9	87.6	54.6	75.9	64.9	91.7	97.0
TRENTINO ALTO ADIGE	**32.9**	**67.5**	**60.8**	**58.5**	**56.3**	**60.9**	**88.3**
Bolzano	30.6	64.2	62.2	54.3	52.6	56.8	85.9
Trento	35.1	69.8	59.5	62.6	61.1	63.8	90.4
VENETO	**32.3**	**84.5**	**50.2**	**71.8**	**63.1**	**89.7**	**96.3**
Verona	31.5	80.9	51.9	75.2	65.8	90.4	95.4
Vicenza	30.8	82.4	47.2	66.9	56.8	86.5	96.3
Belluno	32.1	88.8	52.9	70.3	60.2	86.9	95.3
Treviso	33.9	83.4	49.2	72.2	65.6	89.7	96.5
Venezia	30.2	83.3	46.1	68.6	61.8	89.4	96.7
Padova	34.5	91.0	56.4	74.9	64.9	91.7	97.0
Rovigo	33.1	81.4	32.3	63.0	50.9	86.8	95.1
FRIULI VENEZIA GIULIA	**29.0**	**87.5**	**56.0**	**71.3**	**63.4**	**82.3**	**95.5**
Udine	30.8	88.3	65.0	72.6	61.4	86.0	95.4
Gorizia	25.3	81.7	37.2	57.6	54.9	63.5	93.5
Trieste	26.3	84.4	54.5	69.6	67.8	73.2	94.4
Pordenone	29.9	90.2	51.6	76.0	60.3	90.3	97.1
LIGURIA	**30.6**	**85.7**	**45.7**	**73.2**	**63.3**	**91.2**	**96.0**
Imperia	27.9	82.3	54.7	69.0	56.2	89.2	94.8
Savona	32.0	83.6	45.2	66.8	58.1	87.1	95.8
Genova	29.7	86.4	45.7	73.5	64.0	91.3	95.7
La Spezia	34.4	89.0	37.3	82.4	71.8	95.8	98.1

Province	Quota di INP	Quota di addetti	Quota di lavoratori esterni	Quota di entrate	Quota di entrate private	Quota di entrate pubbliche	Quota di vendita
EMILIA-ROMAGNA	**36.1**	**87.9**	**56.5**	**73.7**	**65.1**	**91.0**	**95.6**
Piacenza	32.9	79.9	47.0	69.6	63.7	88.1	96.9
Parma	38.7	90.1	61.6	79.1	74.4	89.6	95.4
Reggio nell'Emilia	41.9	90.6	67.6	79.1	68.3	94.7	97.2
Modena	36.1	87.9	50.6	75.2	69.2	89.8	94.4
Bologna	34.7	84.7	56.5	68.3	57.9	89.4	94.6
Ferrara	34.1	87.3	59.4	71.7	61.7	89.1	96.3
Ravenna	35.8	88.5	55.0	75.0	66.7	92.8	96.4
Forlì-Cesena	37.2	92.6	42.5	78.0	68.9	95.3	97.0
Rimini	32.6	85.6	60.7	69.8	58.7	87.8	92.8
TOSCANA	**34.6**	**85.0**	**51.5**	**72.8**	**67.5**	**84.9**	**95.1**
Massa-Carrara	34.5	94.9	47.4	76.6	57.3	97.6	98.8
Lucca	32.3	83.6	49.2	70.1	61.1	89.1	95.7
Pistoia	39.4	90.0	52.7	74.5	61.0	96.1	97.8
Firenze	34.3	80.4	51.8	63.3	60.3	69.8	93.3
Livorno	30.7	82.3	51.1	69.0	55.9	91.0	94.5
Pisa	37.7	88.9	59.7	80.5	66.0	95.9	97.4
Arezzo	36.1	88.3	61.0	72.3	55.5	95.1	96.2
Siena	35.4	85.2	40.2	87.3	87.4	85.9	94.1
Grosseto	32.1	83.4	38.7	58.0	44.9	84.0	91.0
Prato	32.5	83.2	48.0	76.2	67.4	91.0	95.9
UMBRIA	**32.7**	**88.8**	**49.8**	**71.8**	**56.2**	**92.5**	**95.9**
Perugia	34.0	89.6	54.4	72.7	56.5	92.7	95.9
Terni	28.8	85.6	35.6	67.9	54.7	91.4	96.0
MARCHE	**33.2**	**85.1**	**48.2**	**62.0**	**50.7**	**83.4**	**93.3**
Pesaro e Urbino	32.8	89.4	45.3	64.6	51.3	90.0	96.1
Ancona	33.9	83.4	51.0	60.3	47.9	82.5	91.3
Macerata	32.4	86.6	44.0	62.3	56.7	73.9	93.5
Ascoli Piceno	29.2	83.4	44.7	61.5	46.2	87.6	94.8
Fermo	38.2	77.7	65.6	63.3	55.5	80.9	93.9
LAZIO	**28.6**	**77.0**	**52.9**	**63.0**	**56.8**	**80.6**	**95.4**
Viterbo	26.1	86.3	47.1	57.5	45.2	87.7	96.4
Rieti	24.2	67.4	44.5	55.5	48.1	72.3	95.9
Roma	29.3	76.7	53.1	63.2	57.2	80.5	95.4
Latina	27.8	71.3	51.7	55.7	42.3	80.9	93.9
Frosinone	28.0	88.7	63.3	56.0	43.6	93.0	97.3
ABRUZZO	**28.4**	**82.4**	**47.5**	**61.3**	**48.2**	**82.5**	**94.9**
L'Aquila	26.5	73.2	38.1	53.5	49.0	63.9	89.8
Teramo	33.6	83.2	60.3	54.6	41.1	76.8	92.4
Pescara	26.4	80.1	38.5	58.9	47.0	83.8	95.8
Chieti	27.6	89.1	57.3	76.1	57.6	94.7	98.6
MOLISE	**24.7**	**66.4**	**73.2**	**50.9**	**40.2**	**58.5**	**96.6**
Campobasso	26.1	57.8	71.2	46.0	40.8	50.0	96.4
Isernia	20.9	88.0	79.6	68.3	37.8	87.1	97.3
CAMPANIA	**24.7**	**69.0**	**59.3**	**60.6**	**46.9**	**82.6**	**94.9**
Caserta	23.9	58.9	61.9	59.9	40.6	88.9	96.0
Benevento	25.1	79.1	86.5	53.8	37.8	80.6	98.1
Napoli	23.6	65.0	55.1	62.0	48.3	83.9	93.1
Avellino	28.8	78.4	72.1	58.8	49.4	87.5	97.5
Salerno	24.8	79.2	50.9	58.9	47.9	74.5	96.9
PUGLIA	**24.2**	**84.2**	**52.6**	**72.7**	**45.6**	**93.5**	**98.1**
Foggia	24.7	83.7	56.0	84.1	62.8	95.9	98.8
Bari	24.8	82.6	51.8	68.8	42.1	92.3	97.7
Taranto	22.2	82.4	39.7	57.8	36.0	88.5	95.9
Brindisi	22.1	88.5	54.3	64.7	46.4	88.8	98.2
Lecce	24.9	82.2	56.2	68.4	39.9	93.1	97.8
Barletta-Andria-Trani	25.8	90.1	70.1	82.8	38.6	96.3	98.9
BASILICATA	**25.8**	**90.5**	**49.1**	**71.5**	**49.8**	**89.1**	**97.7**
Potenza	26.1	90.1	60.0	72.3	51.8	87.4	97.4
Matera	25.1	91.7	37.1	69.4	45.5	94.7	98.8

Province	Quota di INP	Quota di addetti	Quota di lavoratori esterni	Quota di entrate	Quota di entrate private	Quota di entrate pubbliche	Quota di vendita
CALABRIA	**23.4**	**71.3**	**71.6**	**57.6**	**40.4**	**73.6**	**94.1**
Cosenza	24.6	67.4	64.5	55.9	36.7	86.8	96.7
Catanzaro	19.9	70.6	82.9	54.9	41.7	62.3	92.2
Reggio di Calabria	25.3	76.1	68.4	64.7	47.9	86.6	96.7
Crotone	25.5	80.0	66.9	73.8	40.2	91.6	99.0
Vibo Valentia	18.9	52.0	81.0	28.6	19.8	41.4	66.6
SICILIA	**25.3**	**80.9**	**58.6**	**66.9**	**44.5**	**84.7**	**96.7**
Trapani	22.9	82.2	65.4	49.9	18.4	77.1	85.9
Palermo	30.5	80.2	65.5	70.7	54.5	84.0	98.1
Messina	21.4	80.5	58.3	64.5	40.8	83.3	97.1
Agrigento	25.0	79.2	63.3	65.7	40.3	86.2	96.6
Caltanissetta	24.2	79.0	48.5	65.4	42.0	85.7	97.5
Enna	19.5	89.1	61.8	71.0	23.9	95.7	98.7
Catania	27.7	81.0	49.3	71.9	51.6	85.5	97.8
Ragusa	23.8	80.0	45.0	55.2	31.3	90.3	96.6
Siracusa	21.9	82.1	57.8	63.3	37.2	86.4	96.3
SARDEGNA	**26.2**	**81.7**	**62.8**	**64.1**	**49.9**	**79.1**	**96.8**
Sassari	25.1	77.4	59.9	61.8	57.3	72.7	95.6
Nuoro	29.1	75.0	59.6	62.1	41.1	75.7	93.5
Cagliari	26.9	81.5	63.5	61.9	44.0	77.8	97.4
Oristano	26.3	88.7	76.1	73.3	62.3	83.4	98.0
Olbia-Tempio	23.3	72.1	58.5	62.7	42.8	83.5	95.6
Ogliastra	19.9	74.2	71.5	64.5	29.9	81.1	95.7
Medio Campidano	27.5	88.3	66.0	70.1	50.1	85.0	96.8
Carbonia-Iglesias	26.1	94.4	57.1	72.0	47.5	87.9	98.4
Italia	**30.6**	**83.8**	**54.2**	**69.3**	**60.3**	**86.5**	**95.8**

Figura 6. Lista di indicatori utilizzati per l'analisi della correlazione con l'indice sintetico di orientamento al mercato

Indicatori	Descrizione	Fonte
Popolazione Totale anagrafica	v.a. 2011 (31-12)	Istat
di cui Popolazione 0-14	v.a. 2011 (31-12)	Istat
Tot. Stranieri residenti	v.a. 2012 (31-12)	Istat
Indice di dipendenza strutturale	indicatore 2012 (31-12)	Atlantide
Indice di dipendenza giovanile	indicatore 2012 (31-12)	Atlantide
Indice di dipendenza degli anziani	indicatore 2012 (31-12)	Atlantide
Indice di vecchiaia	indicatore 2012 (31-12)	Atlantide
Indice di struttura	indicatore 2012 (31-12)	Istat
Indice di ricambio	indicatore 2012 (31-12)	Istat
Totale imprese registrate	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Agricoltura, silvicoltura pesca	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Estrazione di minerali da cave e miniere	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività manifatturiere	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione ...	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Costruzioni	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione ...	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Trasporto e magazzinaggio	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività dei servizi alloggio e ristorazione	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Servizi di informazione e comunicazione	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività finanziarie e assicurative	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attivita' immobiliari	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività professionali, scientifiche e tecniche	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese ...	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale ...	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Istruzione	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Sanita' e assistenza sociale	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Altre attività di servizi	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Imprese non classificate	v.a. 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Agricoltura, silvicoltura pesca	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Estrazione di minerali da cave e miniere	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività manifatturiere	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione ...	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Costruzioni	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Trasporto e magazzinaggio	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività dei servizi alloggio e ristorazione	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Servizi di informazione e comunicazione	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività finanziarie e assicurative	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attivita' immobiliari	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività professionali, scientifiche e tecniche	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale ...	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Istruzione	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Sanita' e assistenza sociale	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Altre attività di servizi	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Attività di famiglie e convivenze come datori di lavoro	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Organizzazioni ed organismi extraterritoriali	% 2012 (31-12)	Atlantide
di cui Imprese non classificate	% 2012 (31-12)	Atlantide
Densità imprenditoriale per 100 abitanti (imprese registrate)	indicatore 2012 (31-12)	Atlantide
Tasso di Evoluzione (per 100 imprese)	indicatore 2012	Atlantide
Tasso di Natalità (per 100 imprese)	indicatore 2012	Atlantide
Tasso di Mortalità (per 100 imprese)	indicatore 2012	Atlantide
Dimensione media delle unità locali in termini di addetti	v.a. 2010	Atlantide
Tasso di attività 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di occupazione maschile 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di occupazione femminile 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di occupazione totale 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di disoccupazione maschile 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di disoccupazione femminile 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Tasso di disoccupazione totale 15-64 anni	indicatore 2012	Istat
Valore aggiunto Totale	milioni di euro 2011	Atlantide
- agricoltura	milioni di euro 2011	Atlantide
- industria in senso stretto	milioni di euro 2011	Atlantide
- costruzioni	milioni di euro 2011	Atlantide
- totale industria	milioni di euro 2011	Atlantide
- servizi	milioni di euro 2011	Atlantide
- agricoltura	% 2011	Atlantide
- industria manifatturiera	% 2011	Atlantide
- costruzioni	% 2011	Atlantide
- totale industria	% 2011	Atlantide
- servizi	% 2011	Atlantide
Valore aggiunto procapite	euro 2011	Atlantide
reddito disp. procapite	euro 2011	Atlantide
- consumi alimentari	% 2011	Atlantide
- consumi non alimentari	% 2011	Atlantide
Indice generale infrastrutture economiche (Italia=100)	indicatore 2012	Atlantide
Indice di dotazione di strutture culturali e ricreative (Italia=100)	indicatore 2012	Atlantide
Indice di dotazione di strutture per l'istruzione (Italia=100)	indicatore 2012	Atlantide
Indice di dotazione di strutture sanitarie (Italia=100)	indicatore 2012	Atlantide
Indice di dotazione di infrastrutture sociali (Italia=100)	indicatore 2012	Atlantide
N. delitti denunciati/popolazione *100.000	indicatore 2011	Atlantide
Indice di qualità ambientale di Legambiente	indicatore 2012	Atlantide
Indice della qualità della vita di Italia Oggi	indicatore 2011	Atlantide
Indice di qualità della vita de Il Sole 24 Ore	indicatore 2012	Atlantide
Intensità brevettuale	indicatore 2011	Istat
Indice di domanda culturale degli istituti non statali (media per istituto)	indicatore 2011	Istat
Tasso di turisticità	indicatore 2011	Istat
Emigrazione ospedaliera	indicatore 2011	Istat
Indice di microcriminalità	indicatore 2011	Istat
Raccolta differenziata dei rifiuti urbani	indicatore 2011	Istat