

La novità

Profit e non profit uniti dal procurement

PAOLA SCARSI

È stata presentata da Associazione Isnet e Right Hub la prima indagine italiana sul social procurement, la propensione delle aziende profit ad avviare rapporti di fornitura con realtà di terzo settore. Nove aziende su 10 (l'88,1%), sono disponibili a valutare offerte di prodotti e servizi delle imprese sociali e quelle che hanno già relazioni con loro sono interessate ad intensificare il rapporto. I servizi che più interessano sono pulizia (60,4%), grafica, editoria e stampa, manutenzione (58,3%), regalistica e oggetti promozionali (51%), catering (41,7%), raccolta e smaltimento rifiuti, piccola logistica e distribuzione (36,5%). A offrire qualche perplessità sono i criteri di valutazione delle imprese sociali: prezzo competitivo (54,2%), tempo tra richiesta e attivazione della fornitura (44,8%) e presenza sul territorio in cui si richiede l'attività (43,8%) sono quelli principali mentre il contenuto di sostenibilità sociale è considerato solo dal 40,6% delle aziende. Il 6,4% di esse non ha mai sentito nominare le imprese sociali, più della metà (54%) le conosce superficialmente, il 27,5% ha

rapporti commerciali e l'11% rapporti a titolo personale.

Laura Bongiovanni, presidente di Isnet afferma che «Da oltre dieci anni realizziamo l'Osservatorio sulle imprese sociali, unica indagine continuativa in Italia. Un punto di vista ed un'esperienza sul campo privilegiati che ci permettono di affermare che le buone pratiche di collaborazione tra profit e non profit sono già diffuse, seppure a macchia di leopardo, ma con ampi spazi di incremento. Determinante per la crescita sarà la creazione di percorsi di accompagnamento». Il social procurement è un terreno ideale per unire realtà profit e non profit: per queste ultime è uno stimolo a sviluppare competenze, per il profit un'opportunità per conoscere un mondo spesso inesplorato. Per Luca Guzzabocca fondatore della start-up Right Hub, nata per supportare l'efficienza operativa delle Onp «Per aumentare il numero delle collaborazioni profit-non profit - afferma - è importante per le imprese sociali affinare le competenze manageriali e operative, per sempre meglio proporsi alle aziende come potenziali fornitori e per trovare nuove occasioni di business».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

