

# VITA



## NO SLOT KARMA

**Il boom del movimento nato dai territori per contrastare la diffusione dell'azzardo. Un'economia malata che sta mandando in rovina un Paese**

Anno XXIII — Pubblicazione mensile — P.M. 10.217  
poste italiane spa — Speed Abb — Post — d.L. 353/03  
(conv. L.46/04) Art.1 comma 1 dcb — Milano  
Stampato su carta riciclata al 100%

€ 7,00 vita.it



ti legati ad atenei, conta 41 soci, e l'elenco degli incubatori certificati tenuto dal Mise, al quale possono iscriversi soltanto le realtà con ben precisi requisiti non esattamente semplici da ottenere, ne annovera 36.

Dal punto di vista societario, la legge parla chiaro: gli incubatori possono essere soltanto società di capitali, anche in forma cooperativa, o Societas Europaea residenti in Italia. E se nel 2012 ben il 64% degli incubatori era di proprietà di enti pubblici, nel 2016 il Mise calcolava che la torta fosse divisa esattamente a metà tra soggetti pubblici e privati.

### Modello cooperativo

Fin qui le caratteristiche principali di questi soggetti, che hanno sicuramente in comune la stessa mission ma non gli stessi risultati. Lo si evince con chiarezza dando uno sguardo al numero di imprese incubate dagli enti certificati, gli unici per cui sono disponibili dati aggregati, riferiti al 2015: in media ogni incubatore "cova" 36 imprese (erano 16 nel 2012 secondo la Banca d'Italia), un dato che si abbassa a 13 se si considerano solo le startup innovative; c'è da dire però che, sempre secondo il Mise, le neoimprese incubate hanno evidenziato negli anni dal 2012 al 2014 una performance migliore in termini di fatturato e occupazione rispetto a quelle che "avevano fatto da sole": il valore della produzione delle prime ha infatti superato del 15% quello delle seconde, mentre per quanto riguarda gli addetti lo scarto è pari a un +5% a favore delle startup incubate. Trovarsi una chiocciola, dunque, conviene: le startup si sviluppano meglio perché condividono esperienze e competenze, si scambiano informazioni su mercati o opportunità, organizzano servizi migliori a costi più bassi.

Gli esempi virtuosi non mancano: uno dei più interessanti è rappresentato da CoopUp, il progetto ideato da Confcooperative e finanziato da Bcc e Fondo Sviluppo per creare incubatori di impresa e favorire la nascita di startup cooperative, che mette a disposizione spazi fisici, percorsi di realizzazione e coaching agli aspiranti imprenditori sociali. Nelle 17 sedi aperte in Italia dal 2015 (l'ultima, a Roma, è operativa dal primo marzo) sono arrivate 250 proposte di nuove imprese sociali, di cui 30 sono diventate realtà.

## Good Business

### PROFIT & NON PROFIT IL PONTE DELL'ARTICOLO 14

di LUCA GUZZABOCCA

Fra gli addetti ai lavori ci si intende, quando si parla di "articolo 14", ma l'espressione resta criptica ai più. È l'articolo del D.Lgs. 276/03 ai sensi del quale sono nate negli anni in Italia, su base territoriale, le convenzioni che permettono alle imprese di adempiere gli obblighi di legge, per l'inserimento di persone disabili, affidando commesse a cooperative sociali.

«Siamo stati fra i primi a sperimentare questo strumento», dice Elio Tumiati, vice-presidente e direttore tecnico di CoopWork, cooperativa sociale di Sesto San Giovanni (Milano) attiva da vent'anni, «senza il quale non saremmo riusciti a contattare tante aziende». Nel 2005 CoopWork, che oggi occupa circa 80 persone, fu scelta da Ikea per la gestione del servizio di lavaggio stoviglie presso lo store di Carugate. Il primo contatto avvenne via internet, modalità dominante anche oggi. Il che significa che permangono difficoltà per il privato sociale a farsi conoscere dalle aziende: «In questo senso l'articolo 14», ragiona Tumiati, «ci è venuto in soccorso, aiutando a superare difficoltà commerciali e di marketing».

Per anni CoopWork, che pubblica il bilancio sociale fin dal 2005, ha gestito il medesimo servizio anche per il negozio Ikea di Corsico. Ma soprattutto quella col colosso svedese dell'arredamento, che vale circa il 30% del fatturato prodotto dalla cooperativa con attività in convenzione ex-articolo 14, è stata la commessa da cui sono poi nate parecchie altre occasioni commerciali: Armani, Moleskine, Accor Hospitality Italia sono alcuni dei nomi che figurano fra i committenti della cooperativa, che lavora anche col pubblico. L'articolo 14 è un aiuto importante nella costruzione di ponti tra profit e non profit. Ma poi, come sempre, c'è bisogno di competenza e costanza per cementare le relazioni: «Nel profit», sottolinea Tumiati, «si richiedono standard qualitativi più elevati, ma si tiene conto di più del rapporto fiduciario che si crea nel tempo. Conta anche la storia, la presenza sviluppata sul territorio. E il fatto di poter dimostrare che si lavora con tante realtà».