

Profit e non Profit uniti dal Social Procurement



The times, they are a-changin', verrebbe voglia di cantare come Bob Dylan. E che le cose stiano cambiando, per quanto riguarda il **social procurement**, ce lo dice **la prima indagine effettuata in Italia sugli acquisti delle aziende da cooperative e imprese sociali**, presentata da **Right Hub e ISNET** a Milano il 10 febbraio, all'Hotel Principe di Savoia.

Perché è vero che l'obiettivo primario dell'indagine, condotta su oltre un centinaio d'impresе – perlopiù di grandi dimensioni e operanti nel nord-ovest d'Italia – era quello di **scattare una prima fotografia del social procurement** nel nostro Paese: ma il fatto stesso che i tempi siano maturi per un'inchiesta di questo tipo ci dice che la consapevolezza civica delle imprese e della società in generale si sta muovendo; anche solo una decina d'anni fa, una cosa del genere non sarebbe stata neanche ipotizzabile.

E invece, il quadro che emerge è per certi aspetti incoraggiante; vero che il livello di **conoscenza delle imprese sociali è ancora superficiale** per la maggior parte delle aziende (**54%**) e che coloro che dichiarano d'avere **già rapporti commerciali in essere** sono solo il **27,5%**, ma quasi **9 aziende su 10 sono disponibili a valutare offerte di prodotti e servizi da parte delle imprese sociali** stesse. Ovvio, fra i **criteri di valutazione** prevalgono quelli classici di un'ottica profit: il **prezzo competitivo**, la **rapidità di risposta**, la **presenza sul territorio**. La scommessa, insomma, è quella d'accreditarsi al pari dei fornitori tradizionali, offrendo la sostenibilità sociale come elemento caratterizzante e distintivo, come vero e proprio valore aggiunto che va a tutto beneficio della social reputation dell'azienda committente.

Alla tavola rotonda moderata da **Elio Silva (Il Sole 24 Ore)** sono intervenuti **Ombretta Di Marco** (CSR & Local Industry Relations Manager, **AirPlus International**), **Giuseppe Guerini** (Portavoce dell'**Alleanza Cooperative Sociali**), **Valerio Di Bussolo** (Direttore Relazioni Esterne, **Ikea Italia**), **Laura Bongiovanni** (Presidente **ISNET**) e **Luca Guzzabocca** (General Manager, **Right Hub**). Portavoci della parte più progredita e attenta del management italiano? Può

darsi, ma i fatti fanno testimonianza e generano imitazione. Che in Ikea, per esempio, si tende già a convocare una cooperativa sociale per ogni gara, e che in futuro certe gare saranno indette solo fra cooperative sociali, è un messaggio chiaro e forte, è una storia di funzionalità aziendale che include in un processo virtuoso anche fasce della società altrimenti svantaggiate. Ma non solo: che accresce la company loyalty dei dipendenti, appagati dall'impegno sostenibile della propria azienda, e il radicamento territoriale dell'impresa stessa; come dimostra la collaborazione con la cooperativa sociale del Carcere della Dozza, a Bologna, che svolge compiti di sartoria d'arredo per lo store di Casalecchio.

Le sinergie fra mondo profit e mondo non profit hanno ancora **tanta strada davanti a sé**; ma è positivo che vi sia un numero crescente d'impresе a considerare il **social procurement** come un'**opzione percorribile e vantaggiosa, non solo solidale**. Sì, i tempi stanno cambiando; e la velocità dell'evoluzione dipende da un processo culturale al quale ciascuno di noi partecipa. L'intera **ricerca è scaricabile gratuitamente sulla homepage del sito www.righthub.it** ; come pure su **www.impresasociale.net**.