

CHE SCUOLA SARÀ?

Più risorse, più spazio al merito, apertura al territorio. La più grande impresa italiana, con un milione di addetti, sta vivendo una rivoluzione copernicana



€ 7,00
vita.it



GIOVANNA MELANDRI

*Rivoluzione Impact.
La Sardegna dà l'esempio*

CARLO RATTI

*Come libereremo
le città dai semafori*

Good Business

FORNITORI? SE L'IMPRESA È SOCIALE HA UNA CHANCE IN PIÙ

di LUCA GUZZABOCCA

«Non vedo motivi per cui un'azienda non dovrebbe prendere in considerazione un'impresa sociale come fornitore». A dirlo è Ombretta Di Marco, csr manager in AirPlus International, che da qualche tempo ha iniziato ad esplorare il mondo delle cooperative e imprese sociali in cerca di potenziali partner. Così ha avviato un rapporto commerciale «di cui siamo molto contenti», dice, «anche per la disponibilità dimostrata a venire incontro alle nostre esigenze». Il riferimento è alla cooperativa sociale Pictor di Budrio (in provincia di Bologna), a cui ha affidato la pulizia degli uffici della sede dell'azienda.

«L'importante», spiega Di Marco, «è che l'offerta di un'impresa sociale sia competitiva su prezzo, qualità del prodotto o servizio, continuità della prestazione: cioè tutti quei parametri in base a cui normalmente si seleziona un fornitore». Nei fatti, spesso a fare la differenza è il modo con cui l'impresa sociale si propone. Cioè la professionalità e quindi l'efficacia con cui sa raccontarsi al potenziale cliente, trovando il giusto equilibrio tra la sottolineatura della vocazione sociale e quella della dimensione imprenditoriale della propria attività. Può sembrare un aspetto marginale, invece, specie nel primo contatto, di frequente si rivela un fattore determinante.

Dopo aver aderito alla piattaforma online di matching di Right Hub, che mette in contatto potenziali "buyer" e "seller" di economia sociale, insomma profit e non profit, Di Marco ammette ad esempio di essere rimasta colpita dall'ottimo livello di presentazione dimostrato dalle cooperative sociali che si sono fatte avanti. In particolare rispetto a linguaggi utilizzati, piglio e capacità di mettere in evidenza gli elementi imprenditoriali della loro organizzazione (settori di attività coperti, struttura, macchinari, numero di dipendenti, referenze).

«Senza nulla togliere a imprese tradizionali e artigiane», conclude la manager «se un potenziale fornitore appartiene all'economia sociale ha una connotazione positiva in più. Perché ha uno scopo, e una valenza per il territorio, che è giusto valorizzare».

ARTE&TURISMO

▷ Christo? Un valore aggiunto da 67 milioni

Ben più delle già rosee aspettative The Floating Piers, l'opera di Christo che per quindici giorni ha attirato l'attenzione del mondo, è stata visitata da 1,2 milioni di persone. Moltissimi – 808.909, per la precisione – non erano mai stati prima sul Lago d'Iseo e hanno dichiarato l'intenzione di tornarci. A fare i conti è stata Jfc Tourism & Marketing, una società emiliana che dal 4 al 20 luglio scorso ha monitorato l'effetto-Christo in termini quantitativi. Secondo la Jfc The Floating Piers ha generato un indotto, diretto e indiretto, di 4,2 milioni di euro giornalieri, superando di gran lunga le previsioni che parlavano di 3 milioni. Nel complesso, quindi, l'opera di Christo e Jean-Claude ha portato al lago più di 67 milioni di euro. Questo, in sostanza, l'incremento del fatturato complessivo delle imprese sul territorio rispetto al 2015. Fatturato che, nei 15 giorni di apertura dell'opera, è stato di 88 milioni e 111mila euro, contro i 20 milioni del 2015. Non solo: **oggi grazie all'effetto-Christo il cosiddetto value brand del Lago d'Iseo viene stimato in circa 7 miliardi.**

LA RICERCA

▷ Mutuo soccorso, in Italia 509 società

Quante sono in Italia le Società di mutuo soccorso? La risposta la fornisce per la prima volta una ricerca ad hoc firmata Isnet che ha censito 1.114 realtà di cui però solo 509 attive, ovvero svolgono attività non occasionali a favore dei soci che versano quote annuali.

Il 54,5% delle 200 organizzazioni interpellate direttamente svolge attività di tipo socio-sanitario attraverso convenzioni, rimborsi per ricoveri ospedalieri, assistenza infermieristica domiciliare e ospedaliera, coperture per cure odontoiatriche.