

COESIONE E COMPETIZIONE

Profit e non profit, confine più sottile

Come cambia la prospettiva d'impresa

Unioncamere: nel terzo settore più efficace nella gestione
Mentre molte aziende guardano ai valori di coesione sociale

“Coesione è competizione” il rapporto di Fondazione **Symbola**, Intesa Sanpaolo e Unioncamere in collaborazione con Aiccon, Ipsos e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, che verrà presentato al Seminario di Fondazione **Symbola**, analizza e racconta i fattori più significativi della competitività del nostro Paese, con particolare attenzione verso gli aspetti che non vengono colti dagli indicatori economici più diffusi, sottolineando l'importanza della collaborazione nel mondo imprenditoriale.

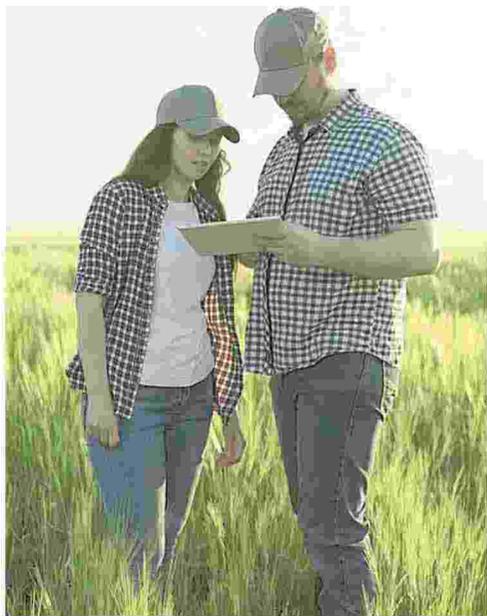
Come dimostra il rapporto la coesione nelle imprese migliora il legame e il radicamento nelle comunità e nei territori, accresce il senso di appartenenza e soddisfazione di vita dei dipendenti il coinvolgimento e il dialogo con i clienti, rafforza le relazioni di filiera e distrettuali generando effetti positivi sulla competitività. Storie di imprese che hanno approfondito dialogo e ascolto con i propri clienti al punto da arrivare a co-produrre con loro, intercettando tendenze e bisogni della comunità, che diventa testimonial consapevole e portavoce dei valori dell'azienda. Imprese che hanno trovato nella banca il partner ideale per riorganizzare e rafforzare la propria filiera, migliorando le proprie performance, quelle dei fornitori e dell'ente di credito.

Imprese che hanno aumentato il valore dell'azienda coinvolgendo i lavoratori negli obiettivi di business, o che hanno creato per loro un ambiente migliore dove convivono sviluppo professionale e bilanciamento con la vita privata, coltivando i propri talenti e acquisendone nuovi grazie alla cura e all'attenzione del personale. Imprese alleate con le istituzioni per potenziare i servizi locali ed essere più attrattive nell'ingaggiare professionisti, o per rendere più facile il loro insediamento nel ter-

ritorio, co-investendo insieme in progettualità di interesse per la comunità. Imprese diventate più competitive alleandosi con altre imprese, che siano della filiera o addirittura competitor, per dare vita e ecosistemi di qualità, sostenibili e più resilienti oppure per scambiare materie prime e conoscenze aumentando insieme il fatturato.

A queste narrazioni si aggiunge un'infrastruttura territoriale rappresentata dalle micro e piccole imprese diffusa anche nei piccoli comuni come racconta anche il rapporto Artigiani del Futuro. Con i suoi numeri e le sue storie il rapporto conferma, come afferma il Manifesto di Assisi, che “non c'è nulla di sbagliato in Italia che non possa essere corretto con quanto di giusto c'è in Italia” e che la coesione è essenziale per costruire un'economia e una società più a misura d'uomo e per questo più capace di futuro.

«Nel nostro Paese si sta assottigliando l'area di confine tra profit e non profit – dice Giuseppe Tripoli, segretario generale di Unioncamere – terzo settore e economia di mercato stanno diventando realtà sempre più ibride: da una parte registriamo un incremento di società di capitali (+54,2% dal 2016) e di numero di dipendenti nelle istituzioni non profit (+8,1%), dall'altra riscontriamo una crescita rispetto al 2020 di imprese coesive (quelle che valorizzano il dialogo verso i propri dipendenti e verso molteplici attori tra cui imprese, amministrazioni locali, scuole, università, sistema bancario e mondo associativo) del +12,6%, particolarmente accentuata tra le microimprese (+31,5%). In altre parole, mentre gli operatori del terzo settore tendono a incrementare l'efficacia nell'organizzazione gestionale aumentando la possibilità di accedere a forme di finanziamento proprie dell'economia di mercato, sta crescendo contemporaneamente la quota di imprese che si orienta verso obiettivi e valori di coesione sociale». —



Due giovani agricoltori al lavoro

