

Impresa sociale. Dall'Osservatorio Ubi Banca segnali di miglioramento nei rapporti e nell'offerta

Nuovo credito al Terzo settore

Indebitamento in crescita per i servizi assistenziali ed educativi

2/4/2012

Elio Silva

L'impresa sociale mantiene un forte potenziale di crescita, anche se, al quinto anno di crisi economica, in sospenso tra contrazione del credito e riduzione della spesa pubblica, è costretta a rivedere gli obiettivi, orientandosi a consolidare relazioni e partnership piuttosto che a esplorare strade nuove. Tra le diverse tipologie di impresa le cooperative sociali che offrono servizi sul mercato si dichiarano più ottimiste per il futuro rispetto a quelle che lavorano con le pubbliche amministrazioni. Anche la vocazione all'innovazione è maggiore tra le realtà che si confrontano in maniera continuativa con il mercato, perché la domanda del settore privato resta vivace, soprattutto nelle aree dell'educazione e dei servizi ambientali. In questi comparti, oltre che nell'area assistenziale e sanitaria, cresce di pari passo la propensione all'indebitamento, nel contesto di un sistema di relazioni con gli istituti di credito che si va rafforzando, sia pure con molte cautele.

Sono queste le principali indicazioni che emergono da una ricerca sul fabbisogno finanziario della cooperazione sociale, curata da Ubi Banca con il supporto scientifico di Aiccon, Associazione per la promozione della cultura della cooperazione, e presentata come primo tassello di un Osservatorio sul Terzo settore che il gruppo creditizio intende rendere continuativo nel tempo. Scandagliando un campione di 500 realtà non profit, rappresentativo dell'universo della cooperazione sia per tipologia e volumi di attività che per distribuzione territoriale, l'indagine mette a fuoco lo stato di salute delle imprese, le prospettive di crescita e le esigenze di credito.

«Il dato di partenza - spiega Rossella Leidi, vice direttore ge-

nerale di Ubi Banca - è che in Italia non esiste un livello di conoscenza adeguato all'evoluzione della finanza nel Terzo settore. Perciò proporsi con valide soluzioni di partnership può creare le condizioni per sostenere lo sviluppo di queste realtà».

«Va superato un doppio ostacolo culturale», aggiunge Guido Cisternino, responsabile dei rapporti con il Terzo settore e, in particolare, del progetto Ubi comunità, modello di servizio ad hoc per le organizzazioni, lanciato dal gruppo alla fine dell'anno scorso. «Da una parte il mondo associativo ha sempre mantenuto una certa diffidenza verso l'ambiente e i prodotti bancari, dall'altra anche l'offerta di credito è rimasta a tratti in-

RELAZIONI DA COLTIVARE

Per oltre la metà delle organizzazioni gli istituti non sono ancora in grado di valorizzare le specificità del comparto

completa rispetto alle esigenze specifiche degli enti».

«Il livello di indebitamento è ancora modesto - spiega Paolo Venturi, direttore scientifico di Aiccon e curatore del rapporto -. Quasi un terzo delle coop sociali dichiara di non avere in atto alcuna forma di finanziamento e, in generale, il tema degli investimenti non è in cima alle priorità. Le previsioni di indebitamento sono, però, in crescita in alcuni comparti specifici. Uno è quello dell'assistenza socio-sanitaria, dove maggiore è l'esigenza di fare economie di scala e dove i rimborsi delle pubbliche amministrazioni tardano ad arrivare. L'altro è quello dei servizi educativi e di formazione che operano in regime di mercato, ambito nel quale la doman-

da resta forte e la richiesta di investimenti è elevata».

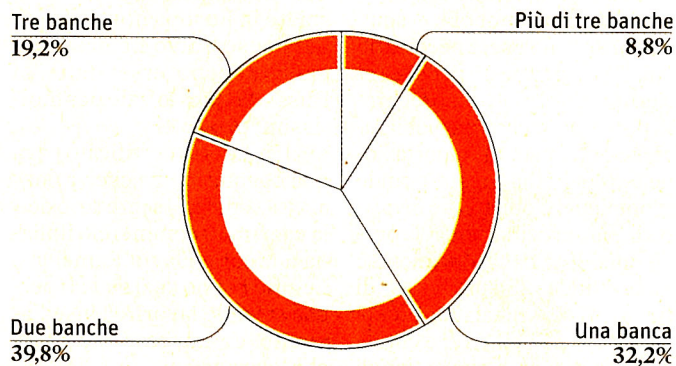
I giudizi delle organizzazioni del Terzo settore sulla qualità dei rapporti con il credito sono contrastanti: per il 54,2% degli intervistati le banche di riferimento non sono in grado di valorizzare le peculiarità dell'impresa sociale, né riservano condizioni adeguatamente agevolate. Tuttavia, nel giudizio complessivo sull'apprezzamento, il 38,8% del campione si dichiara soddisfatto o addirittura molto soddisfatto dei rapporti instaurati. Le relazioni si basano, nel 72% dei casi, su contatti con una o due banche; solo il restante 28% delle realtà censite dichiara tre o più di tre interlocutori creditizi. Anche sul fronte dei servizi più utilizzati emerge un quadro abbastanza tradizionale: i più gettonati sono i classici conti correnti e bonifici, mentre non risultano particolarmente sfruttate le modalità più innovative, quali acquisti e vendite via web oppure il factoring del credito.

«In questo momento - afferma Cisternino - le cooperative sociali, per fronteggiare la crisi, stanno modificando i piani strategici e orientano le energie soprattutto nel consolidare le aggregazioni o i partenariati».

«Ma il potenziale dell'impresa sociale risulta oggi più elevato che mai - aggiunge Venturi - e lo dimostra anche la nascita dell'Osservatorio di Ubi Banca, che segna comunque un momento di svolta, perché colloca il Terzo settore nella dimensione della finanza, facendolo uscire dalla logica della mera filantropia. I servizi finanziari si pongono ormai come elemento fondamentale per la produzione di valore sociale e sono le organizzazioni stesse a richiedere alle banche di esercitare questo ruolo».

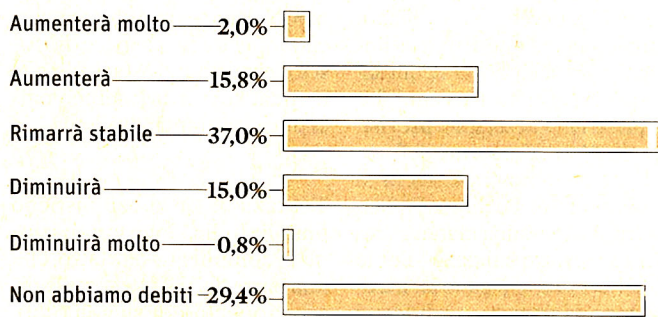
I rapporti con le banche

Numero di rapporti intrattenuti con istituti di credito



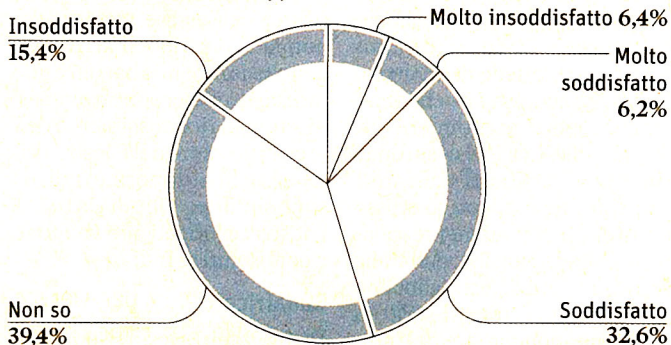
I livelli del debito

Previsione sul trend di indebitamento



Il grado di soddisfazione

Livello di gradimento nei rapporti con le banche



Fonte: Osservatorio Ubi Finanza e Terzo settore