

## Osservatorio Imprenditorialità Sociale 2019

L'Osservatorio sull'Imprenditorialità Sociale prende avvio nel 2018, sul solco dell'attività di ricerca svolta nel passato dall'Osservatorio Economia Civile e su input del Comitato per l'Imprenditorialità Sociale insediato in Camera di Commercio per mappare, promuovere e sviluppare l'impresa sociale nelle sue varie forme.

Nel secondo anno di attività, l'Osservatorio ha raggiunto i seguenti obiettivi:

- 1) Aggiornare la tassonomia su scala regionale e metropolitana delle realtà ad impatto sociale, arrivando a stimare una realtà a livello piemontese di oltre 5.000 forme organizzative a potenziale impatto sociale, di cui 2.000 nella sola provincia di Torino;
- 2) Realizzare un'indagine sul campo con la somministrazione di un questionario online alle medie e grandi imprese aventi sede legale in Piemonte, appartenenti a tutti i settori economici. Obiettivo dell'indagine - a cui hanno risposto 668 imprese - è stato quello di intercettare la conoscenza e l'attuazione di pratiche di responsabilità e innovazione sociale.
- 3) Approfondire le scelte di filiera e il rapporto con i fornitori mediante un focus specifico, che ha coinvolto le piccole e medie imprese della manifattura piemontese che trimestralmente partecipano all'indagine congiunturale regionale coordinata da Unioncamere Piemonte.

## I numeri dell'ecosistema

L'aggiornamento dei numeri della **tassonomia delle forme organizzative a impatto sociale**, ha permesso di mappare le varie realtà che ad oggi vanno a comporre il tessuto imprenditoriale e sociale regionale e torinese.

L'ultimo dato disponibile **in Piemonte** restituisce una fotografia pari a circa **5.000 realtà ad impatto sociale**, con un incremento pari al +3,9%<sup>1</sup>. **Nella sola provincia di Torino**, il bacino comprende **poco più di 2.000 realtà**, il 40% di quelle presenti a livello regionale (+6%).

La quasi totalità delle attività è rappresentata dal Terzo Settore *tout court*, ovvero realtà imprenditoriali (cooperative e imprese sociali) e non (associazioni di promozione sociale e di volontariato) che perseguono finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale promuovendo e realizzando attività di interesse generale.



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

<sup>1</sup> Il numero complessivo è stato calcolato al netto degli "ibridi non giuridicamente definiti". Tutte le variazioni di consistenza sono state calcolate prendendo l'ultimo dato disponibile e il relativo valore precedente: non è possibile avere un dato di stock annuale su tutte le forme organizzative ad impatto sociale, le cui consistenze, vengono rilevate attraverso banche dati amministrative in continua evoluzione ed aggiornamento.

## Forme Organizzative ad Impatto sociale in provincia di Torino

### Imprenditorialità a impatto sociale

Terzo settore non  
imprenditoriale

Terzo settore  
produttivo

Ibridi giuridicamente  
definiti

Ibridi non  
giuridicamente  
definiti

429 Coop  
sociali  
64 Imprese

16 SIAVS  
7 Soc. Benefit  
2 Bcorp

255 profit a impatto  
sociale (CSR  
avanzata)

296 Associazioni di  
promozione sociale

1.182 Associazioni di  
volontariato

Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

### Il terzo settore produttivo

**Le cooperative e le imprese sociali compongono il "terzo settore produttivo"** e rappresentano in Piemonte poco meno del 21% (circa il 25% in provincia di Torino) delle forme organizzative ad impatto sociale. Rispetto all'ultimo dato disponibile, questo insieme è incrementato del 5,3% (+6% in provincia di Torino).

In termini economici **il terzo settore produttivo in Piemonte ha generato oltre 2 miliardi di fatturato** (di cui il 47% nella sola provincia di Torino; 959 milioni) e **impiegato più di 55.200 addetti** (il 44% del torinese; circa 24.100 addetti).

### Cooperative sociali

**Con 1,9 miliardi di euro di fatturato e 53.500 addetti sono le cooperative sociali regionali**- che rappresentano circa il 31% del sistema cooperativo complessivo piemontese - a contribuire alla quasi totalità del peso economico del terzo settore produttivo. **Nella sola provincia di Torino**, dove hanno sede circa 430 attività, **il giro d'affari delle cooperative sociali è stato di poco inferiore a 945 milioni di euro** (il 48% del fatturato regionale) **per un totale di oltre 23.400 occupati** (il 44%).

Le cooperative sociali, solo nel 42% dei casi (sia in Piemonte, sia in provincia), si caratterizzano per una dimensione sotto i 10 addetti, valore molto inferiore al dato complessivo del sistema imprenditoriale complessivo, dove oltre il 95% delle attività si configura come micro impresa.

Si tratta di realtà imprenditoriali "giovani": sia a livello regionale, sia provinciale, oltre il 70% delle cooperative sociali torinesi è attiva dal nuovo millennio. Per quanto riguarda le attività svolte, sono principalmente attive nella gestione di servizi socio sanitari di assistenza destinati a persone anziane e disabili e, a seguire, per minori.

**Rispetto al 2011**, le cooperative sociali **in Piemonte** hanno registrato un **incremento di oltre 480 unità** (da 601 a 919 cooperative sociali), **di cui 217** nella sola provincia di **Torino** (da 246 a 429 realtà).

### **Imprese sociali**

Sono realtà imprenditoriali che si iscrivono nella sezione speciale del Registro Imprese<sup>2</sup> della Camera di commercio di Torino. **Si tratta di un bacino imprenditoriale in continua evoluzione che in Piemonte risulta stabile** (da 120 a 112 unità), il cui impatto economico è ancora contenuto. Nella sola provincia di Torino, l'insieme raggiunge le 64 unità (stabili). Oggi le imprese sociali del Piemonte rappresentano circa il 10% dell'universo italiano e, rispetto al 2011, sono incrementate di circa 50 unità (+ 25 unità nella sola provincia di Torino).

Le imprese sociali **si caratterizzano per una minore longevità** imprenditoriale: al netto delle società di mutuo soccorso - storiche istituzioni a base associativa volontaria - oltre la metà delle imprese sociali piemontesi e torinesi è infatti attiva dal 2015.

Per quanto riguarda il **settore di attività** in cui operano le imprese sociali, non si rilevano particolari differenze tra le realtà regionali e provinciali: in entrambi i casi il terziario rappresenta oltre l'85% delle imprese sociali e, e più di un'attività su due, è operativa nei servizi alle persone.

### **Ibridi giuridicamente definiti**

Altro tassello che va a comporre l'insieme dell'imprenditorialità a impatto sociale è composto da forme organizzative giuridicamente definite come imprese "for profit", perché tradizionalmente orientate alla produzione di beni e all'erogazione di servizi per il conseguimento di un profitto, ma al contempo rispettose di precisi requisiti e standard previsti da statuto: qui convergono le Start Up Innovative a Vocazione Sociale (SIAVS), le società Benefit (Benefit Corporation) e l'insieme contenuto delle "Certified B Corp".

Su 227 **Start Up Innovative a Vocazione Sociale** (SIAVS)<sup>3</sup> registrate in Italia, **22 risultano attive in Piemonte** (circa il 10%) e, tra quest'ultime, la quasi totalità è ubicata in provincia di Torino (**16 SIAVS**). Sia a livello regionale, sia provinciale operano principalmente nelle attività di produzione di software e consulenza informatica, cui seguono quelle nella ricerca scientifica.

Accanto a queste realtà imprenditoriali, si collocano le **società Benefit**<sup>4</sup>, ovvero realtà che perseguono volontariamente nell'esercizio dell'attività d'impresa, oltre allo scopo di lucro, anche una o più finalità di beneficio comune. Si tratta di un bacino di imprese ancora "contenuto" che in Italia conta 215 realtà, di cui **15 piemontesi e 7 torinesi**.

Infine, vi sono le imprese aderenti al sistema di certificazione dell'impatto sociale, come il "**Certified B Corp**" il cui scopo è quello di misurare in maniera adeguata non solo la performance economica aziendale, ma anche quella ambientale e ad impatto sociale.

---

<sup>2</sup> Escluse le cooperative sociali non iscritte nella sezione speciale del Registro Imprese ante D.Lgs. 112/2017.

<sup>3</sup> Le Start Up Innovative a Vocazione Sociale sono state istituite dal decreto legge 179/2012 convertito con la Legge 221/2012, e operano in via esclusiva nei settori indicati all'art.2, comma 1, D.Lgs. 155/2006.

<sup>4</sup> Riconosciute dall'ordinamento italiano con la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di Stabilità 2016).

Ad oggi, in Italia, e a scalare in Piemonte, risulta ancora limitata l'adesione a questa forma di certificazione che vede solo 4 imprese regionali (di cui 2 torinesi).

## **Il terzo settore non imprenditoriale**

L'ultima componente che, pur non in forma imprenditoriale, rientra fra le forme organizzative a impatto sociale, è quella delle **associazioni di promozione sociale e delle organizzazioni di volontariato**. E' un tessuto composito, numeroso e in crescita: le **associazioni di promozione sociale** in Piemonte risultano **oltre 580**, di cui il 50% in provincia di Torino (296 realtà). Si tratta di una componente che dal 2011 ad oggi ha registrato una crescita progressiva sia a livello regionale, sia torinese: rispetto a inizio decennio le APS regionali sono infatti aumentate di poco meno di 350 unità (di cui oltre 50 nella sola provincia di Torino). Se si analizzano i principali settori in cui operano le APS, non si evincono sostanziali differenze tra la ripartizione piemontese e torinese: in entrambi i casi, oltre l'80% delle associazioni è attiva o nel settore del welfare e dell'integrazione sociale (il 42%) o in quello di cultura, istruzione e ricerca (il 41%).

**Le organizzazioni di volontariato (ODV)** iscritte al registro della Regione Piemonte, infine, sono poco meno di 3.300 e intervengono primariamente nel campo socio assistenziale (il 32%) e in quello sanitario (il 25%). Nella sola provincia di Torino ha sede circa il 36% delle ODV (1.182 unità).

Rispetto al 2011, le ODV in Piemonte hanno registrato un incremento del 29%, variazione più contenuta rispetto a quella evidenziata dalla provincia di Torino, dove le ODV sono incrementate dal 2011 ad oggi del 32%. Solo nell'ultimo biennio, la crescita provinciale ha sfiorato il +5%, nettamente migliore della performance piemontese che si ferma al +2,3%.

## L'indagine sul campo

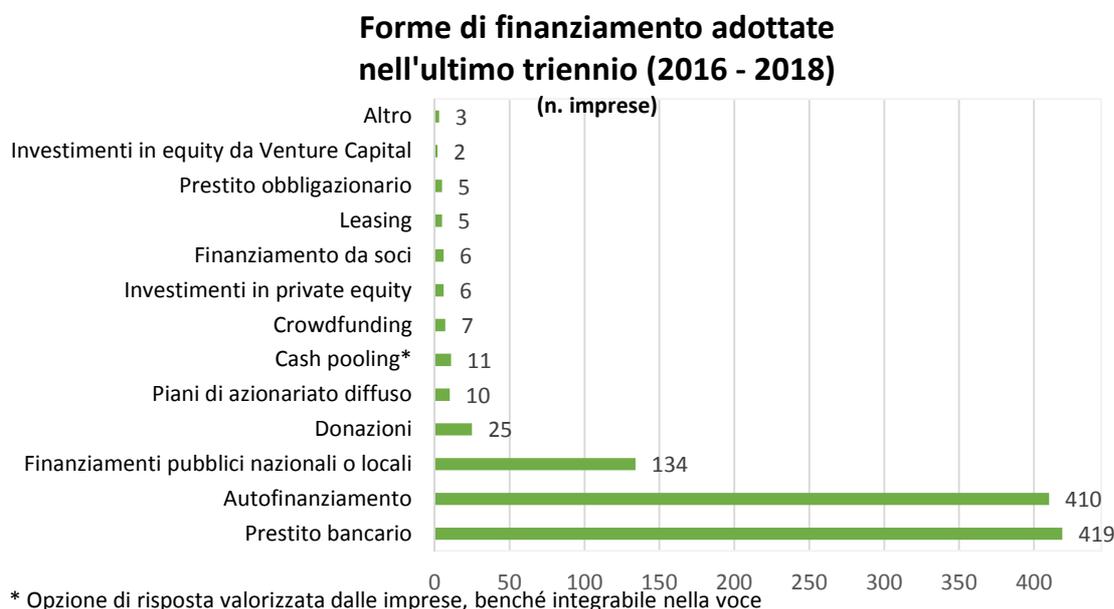
Oltre alla mappatura sopra descritta, l'attività di ricerca ha previsto un'indagine sul campo con la **somministrazione di un questionario online a 2.190 medie e grandi imprese aventi sede legale in Piemonte**, appartenenti a tutti i settori economici.

Obiettivo dell'indagine, alla quale **hanno partecipato 668 imprese con un tasso di risposta superiore al 30%**, è stato quello di intercettare la conoscenza e l'attuazione di pratiche di responsabilità e innovazione sociale. Le imprese rispondenti, sono rappresentative in termini di natura giuridica, dimensione e settore di attività prevalente rispetto al tessuto economico regionale.

## Canali di finanziamento e scelte di investimento

Se si guarda alla dimensione finanziaria come ad una componente che, al pari di altre, può contribuire a determinare l'impatto sociale di un'impresa, i **due grandi temi dei canali di accesso alle risorse finanziarie da un canto, e delle scelte di investimento in strumenti finanziari a impatto sociale dall'altro**, rappresentano due facce di una stessa moneta.

Il primo aspetto riguarda le forme con cui le imprese hanno potuto finanziare la propria attività nel corso dell'ultimo triennio. Nel censire i principali canali di finanziamento, emerge ancora **l'adozione in forma predominante di strumenti tradizionali, primi fra tutti il prestito bancario** (il 63% delle imprese), l'autofinanziamento (il 61%) e l'accesso a finanziamenti pubblici (il 20%).

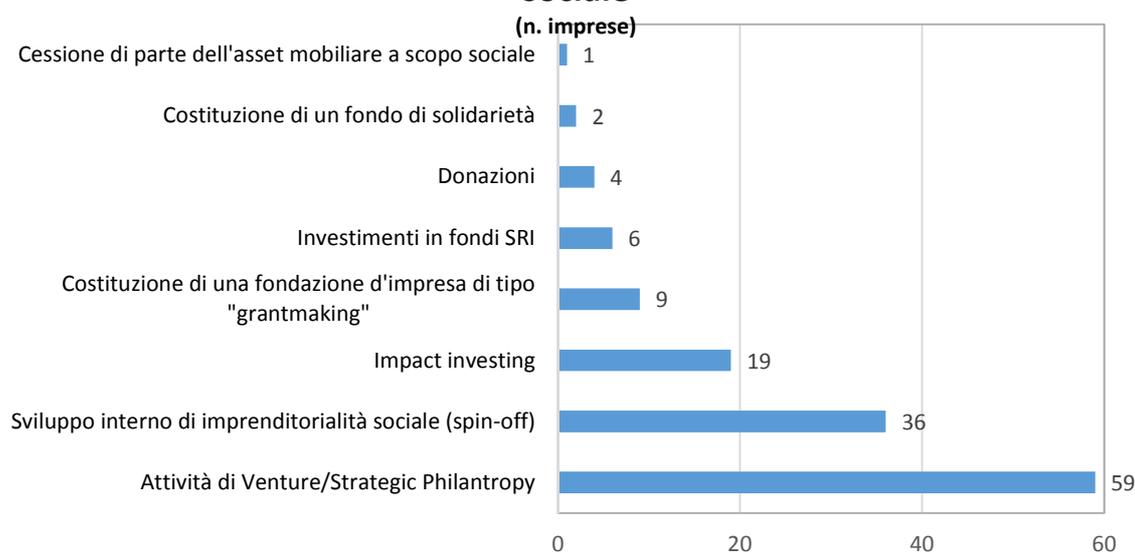


Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

Il secondo aspetto considerato è se le realtà imprenditoriali piemontesi, sempre nel periodo 2016 - 2018, hanno scelto di **realizzare investimenti a impatto sociale adottando strumenti finanziari "innovativi"**. Anche in questo caso, la scelta di orientare strategie aziendali e investimenti in una prospettiva di innovazione sociale ha riguardato ancora una parte limitata delle imprese coinvolte nell'indagine: nel complesso, **107 imprese (il 16% dei rispondenti) hanno dichiarato di aver messo in atto investimenti a impatto sociale**.

**Nella maggioranza dei casi**, le imprese hanno effettuato investimenti in **Venture e Strategic Philantrophy** - il 55% di chi ha adottato strumenti finanziari alternativi, mentre il secondo canale adottato è lo sviluppo di imprenditorialità sociale interna mediante la realizzazione di spin-off (il 34%).

### Progettazione/realizzazione di investimenti a impatto sociale



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

### Innovazione sociale e azioni di Responsabilità Sociale

**Delle 668 imprese rispondenti, sono 481 quelle che sino ad oggi hanno sviluppato tematiche connesse alla Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) in ambito aziendale.** Le azioni ad impatto sociale sviluppate dalle imprese sono in prevalenza orientate al miglioramento di condizioni interne all'azienda. **Le pratiche più diffuse** restano ancorate al miglioramento della **gestione delle "risorse aziendali"**, in particolare alla promozione della sostenibilità e sicurezza ambientale (il 76,7% delle azioni di CSR), seguite dallo sviluppo di policies in tema di risorse umane (il 65,7%).

Come prevedibile, **solo il 10,8%** delle rispondenti ha dichiarato di aver in corso di **sviluppo nuove opportunità di business aziendale volte alla riduzione o risoluzione di problematiche sociali, che portino profitti** per l'impresa e gli investitori.

## Imprese piemontesi e azioni di CSR adottate



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

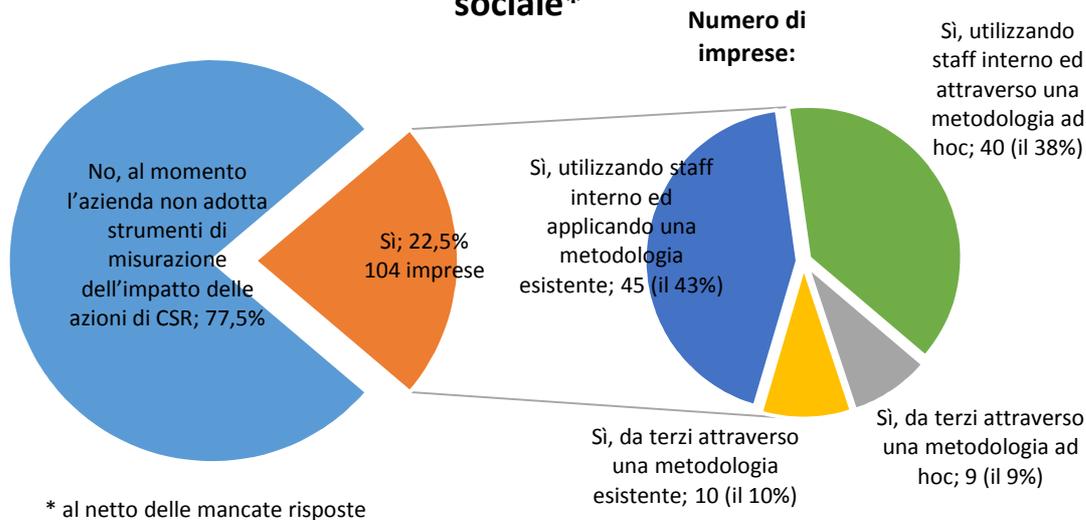
Oltre a una valutazione qualitativa delle tematiche di rilievo sociale soggette all'attenzione delle imprese piemontesi, si è cercato di dare una misura del "quanto" esse incidano sull'attività aziendale. **Il 71% di queste imprese "virtuose" nell'ultimo anno ha scelto di destinare parte del proprio fatturato ad investimenti per iniziative innovazione sociale.** Solo nel del **2018, la quota di fatturato investito in CSR è stata dell'8,3%** per salire – nel triennio 2016 –18 - al 9,2%: è una quota superiore a quella che le imprese hanno dichiarato di destinare nel medesimo periodo ad attività di R&S.

Le aziende che ad oggi hanno già sviluppato le tematiche connesse alla CSR e all'innovazione sociale al loro interno, **differiscono fra loro** nella gestione di questo "asset" **per quanto concerne la scelta delle funzioni aziendali competenti, dei canali di comunicazione delle azioni di innovazione sociale e degli eventuali strumenti di misurazione** del valore sociale generato.

**Un'impresa su due**, fra quante hanno sviluppato azioni di CSR aziendale, **ancora non ha destinato ad esse una risorsa ad hoc**; tuttavia il 24% di queste imprese ha in previsione di identificare un soggetto che se ne occupi. Nelle imprese che già hanno delle figure deputate a seguire questo tema, la scelta più diffusa è quella di individuare un **profilo aziendale unico trasversale alle diverse aree che operi in qualità di "CSR Manager"** (il 23% delle rispondenti) o, in alternativa, comporre gruppi di lavoro dedicati (l'11,5%).

**Sono 104 le imprese che dichiarano di misurare l'eventuale valore sociale** generato mediante progetti di innovazione sociale e azioni di CSR (**il 22,5%** delle imprese rispondenti). **La scelta è prevalentemente internalizzare il processo di misurazione**: così è, infatti, per l'82% delle imprese che già misurano l'impatto, sia che adottino metodologie di misurazione elaborate ad hoc, sia che si affidino a metodologie già esistenti.

## L'adozione di strumenti di misurazione del valore sociale\*



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

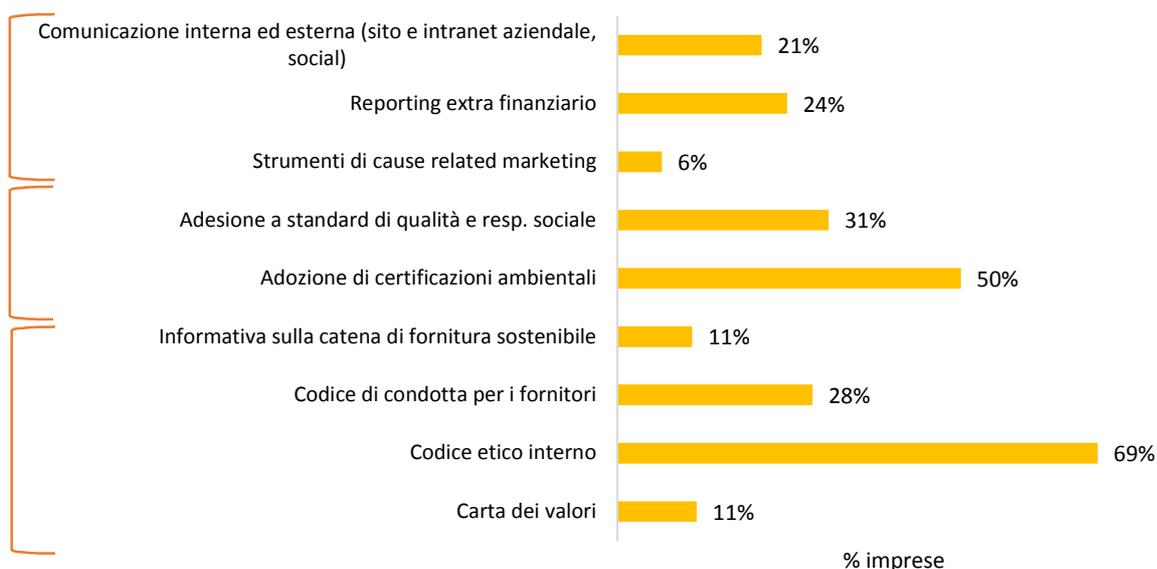
In ultimo, è utile comprendere se e in che modo le imprese diano visibilità alle azioni di innovazione sociale attuate al loro interno.

**Il 62% delle rispondenti (fra quante orientate all'innovazione sociale) dispone di strumenti di comunicazione.** Quasi sette imprese su dieci scelgono di elaborare un **codice di condotta interno**: è lo strumento adottato più frequentemente, mentre è ancora poco diffusa la redazione della carta dei valori. La seconda modalità scelta per dare un riscontro sulle scelte in termini di responsabilità ed etica, è quella di **aderire a certificazioni e standard qualitativi**, in prima battuta di carattere ambientale<sup>5</sup> (il 50%), ma anche relativi agli obiettivi di responsabilità sociale e al rispetto delle metodologie di produzione<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> ISO14000, Ecolabel, EMAS.

<sup>6</sup> ISO26000, SA8000, OHSAS18001, ISO9001, WCM.

## Di quali strumenti fa uso l'impresa per comunicare le azioni di innovazione sociale e di CSR attuate?



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

**Fra le principali motivazioni che, a detta delle imprese, possono costituire un freno allo sviluppo di azioni di CSR aziendale, quelle economiche** rappresentano il primo importante ostacolo: il 40% delle imprese che si sono espresse rileva una mancanza di risorse economiche aziendali, il 27% lamenta l'assenza di incentivi fiscali e l'11% imputa le difficoltà alla mancanza, per questo tipo di investimenti, di ritorni immediati.

## I freni allo sviluppo di azioni di CSR aziendale



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

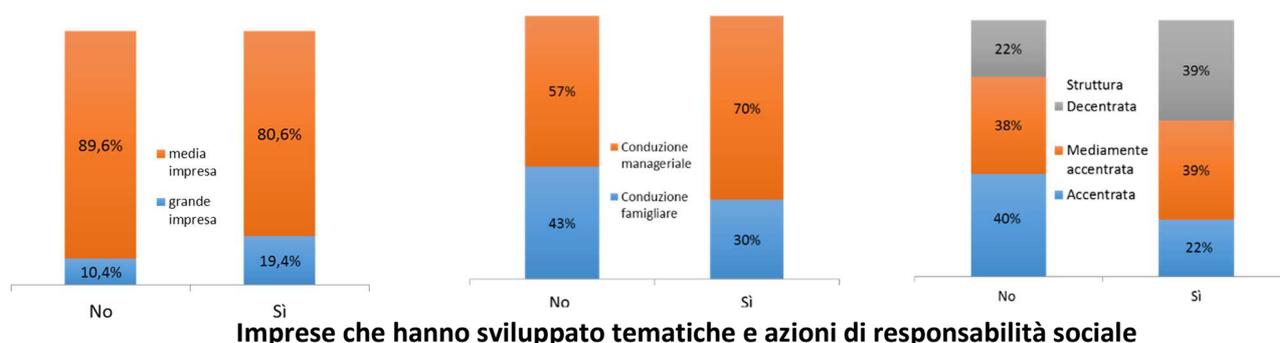
La dimensione formativa e culturale sembra avere un impatto minore, tuttavia il tema di una maggiore disseminazione della cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale alla base delle strategie imprenditoriali non è secondario. **Solo 132 imprese**

**sono a conoscenza dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile** (OSS/SDG's, Sustainable Development Goals) approvati nel 2015 dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Fra di esse, **il 36% (48 imprese) oltre a conoscerli, ha attuato azioni specifiche collegate ad alcuni degli obiettivi**, mentre le restanti imprese sino ad oggi non ne hanno tenuto conto nella definizione delle strategie aziendali.

### Un profilo del profit piemontese orientato all'innovazione sociale

Può essere utile definire in conclusione **un profilo** di quel profit – in riferimento al segmento indagato – che ha sviluppato iniziative virtuose in materia di responsabilità e innovazione sociale.

Le imprese che si riconoscono in una o più dimensioni pertinenti i temi dell'innovazione sociale e della responsabilità sociale d'impresa sono 481, di cui il 53% con sede nel capoluogo di regione: da un punto di vista strutturale e organizzativo, **sono imprese mediamente più grandi** - il 19,4% ha oltre 250 addetti, contro il 10,4% del resto dei rispondenti – **più spesso appartenenti a gruppi industriali** (il 18% a fronte dell'11%) e con un **minor coinvolgimento della proprietà nella gestione aziendale** (il 72% rispetto all'80%).

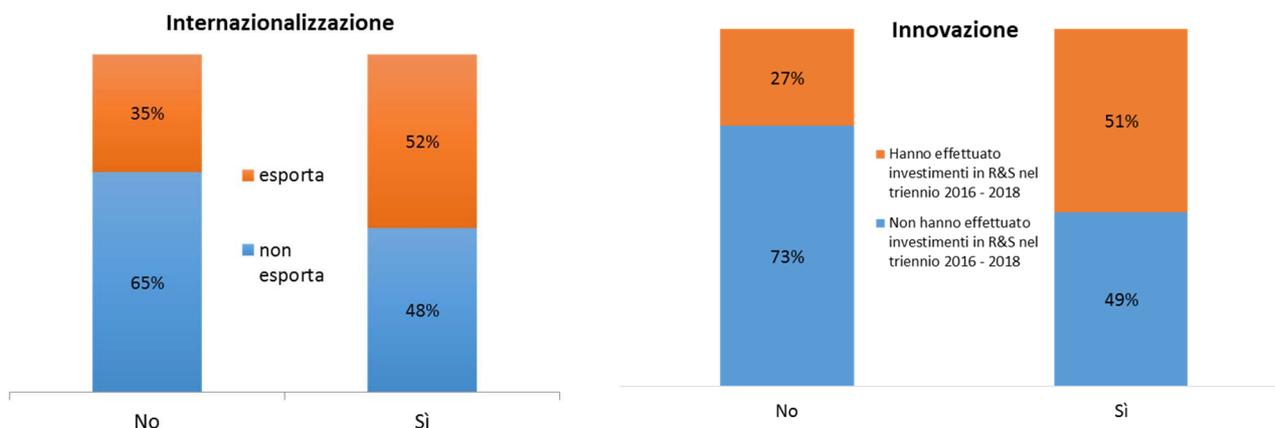


Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

**Sette imprese su dieci, inoltre, hanno una gestione manageriale, e quasi il 40% ha una struttura organizzativa decentrata.**

Dalle caratteristiche demografiche, quando si fa riferimento alla distribuzione dell'organico per fasce d'età e per genere non emergono forti differenze fra un gruppo di imprese e l'altro, mentre vi sono quando si confronta il titolo di studio: la media degli addetti laureati è pari al 19,4% nelle imprese più "virtuose", ma è solo del 15,7% nelle altre. Decisamente più **evidenti le differenze che riguardano gli organi di amministrazione**: fra le imprese orientate all'innovazione sociale, vi è una **maggiore presenza di donne** (il 32,5% contro il 29,2%), **di membri di età compresa fra i 30 e i 45 anni** (il 16,6% rispetto all'11,4%) a dispetto dei membri over 60 (il 18,9% a fronte del 25,3%) ed è **più spiccata, infine, l'incidenza dei laureati**, che qui rappresentano il 35,8% (il 29,5% nelle altre imprese).

**Oltre alla dimensione più ampia, vi anche un maggiore apertura ai mercati e all'innovazione tecnologica:** il 52% di esse esporta, a fronte del 35% delle imprese ancora distanti dalla CSR; analogamente oltre un'impresa su due ha investito parte del fatturato in R&S nell'ultimo triennio, rispetto al 27% del resto delle rispondenti.

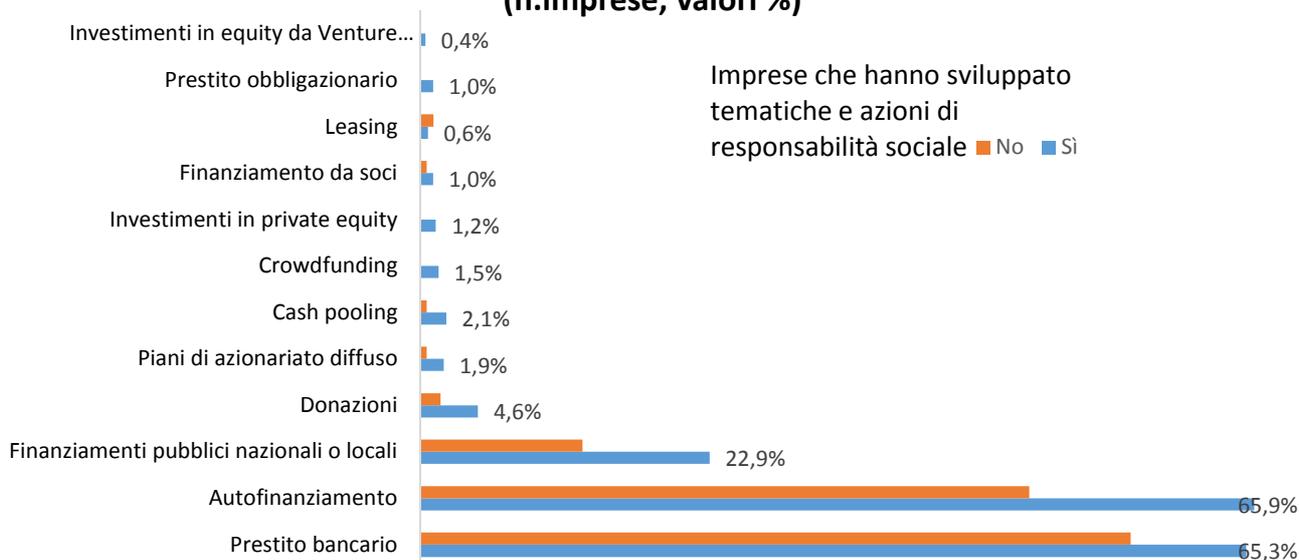


Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

**Fra le imprese orientate all'innovazione sociale, è più frequente l'interconnessione:** è infatti, sia **più numerosa la partecipazione a reti collaborative**, che coinvolge il 41% di esse (a fronte del 19% fra chi non è sensibile a queste tematiche), sia **più diffuso lo sviluppo di attività di stakeholder engagement** (il 16% delle aziende contro il 3%).

Nel delineare, infine, **la capacità delle imprese orientate all'innovazione sociale di adottare innovazioni anche di carattere finanziario**, è interessante osservare come la scelta di strumenti finanziari "alternativi" sia più frequente rispetto a quella parte di medie e grandi che ancora sono poco sensibili al tema.

**Canali di finanziamento adottati dalle imprese nell'ultimo triennio (2016 - 2018)**  
(n.imprese; valori %)

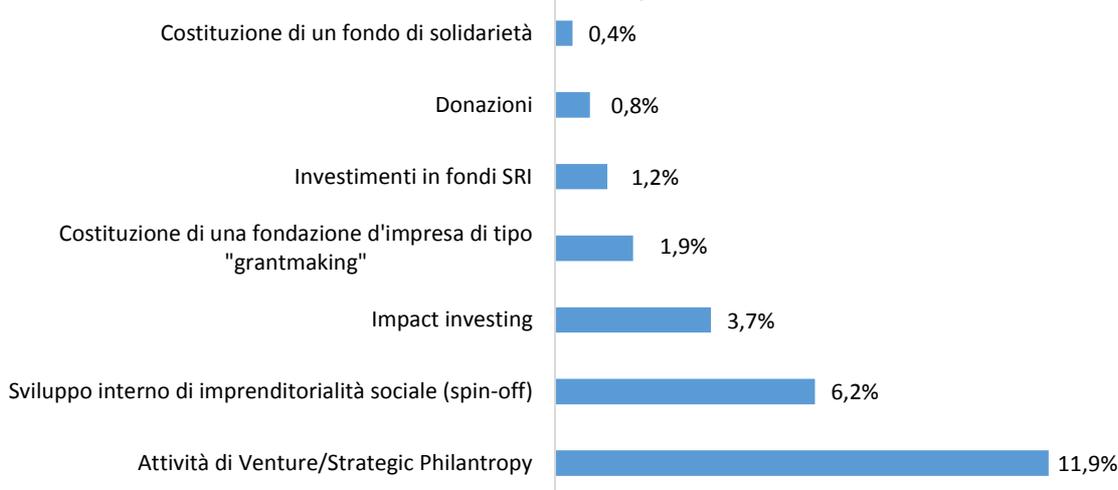


Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

Non a caso, **la scelta di realizzare investimenti a impatto sociale adottando strumenti finanziari "innovativi" ad oggi ha riguardato le sole imprese "virtuose"** che ancora comunque si affacciano timidamente su questo mercato: **sono solo 107 le imprese (il 22%) hanno dichiarato di aver messo in atto investimenti a impatto sociale.**

Nella maggioranza dei casi, le imprese hanno effettuato **investimenti in Venture e Strategic Philantrophy** - il 55% di chi ha adottato strumenti finanziari alternativi – destinati a organizzazioni non profit, con finalità benefiche ma anche orientati a soddisfare interessi commerciali ed economici. **Altro canale adottato è lo sviluppo di imprenditorialità sociale interna mediante la realizzazione di spin-off** (il 34%), nonché la selezione di investimenti sociali che presuppongono un ritorno di carattere finanziario (impact investing, il 18%). Altre strade percorse sono la costituzione di fondazioni grantmaking (che utilizzano i frutti del loro patrimonio a supporto di progetti gestiti da terzi soggetti) o investimenti in fondi socialmente responsabili (SRI), selezionati secondo i criteri di valutazione ESG (Environmental, Social e di Governance).

### Progettazione/realizzazione di investimenti a impatto sociale (% di imprese)



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

## Il Focus

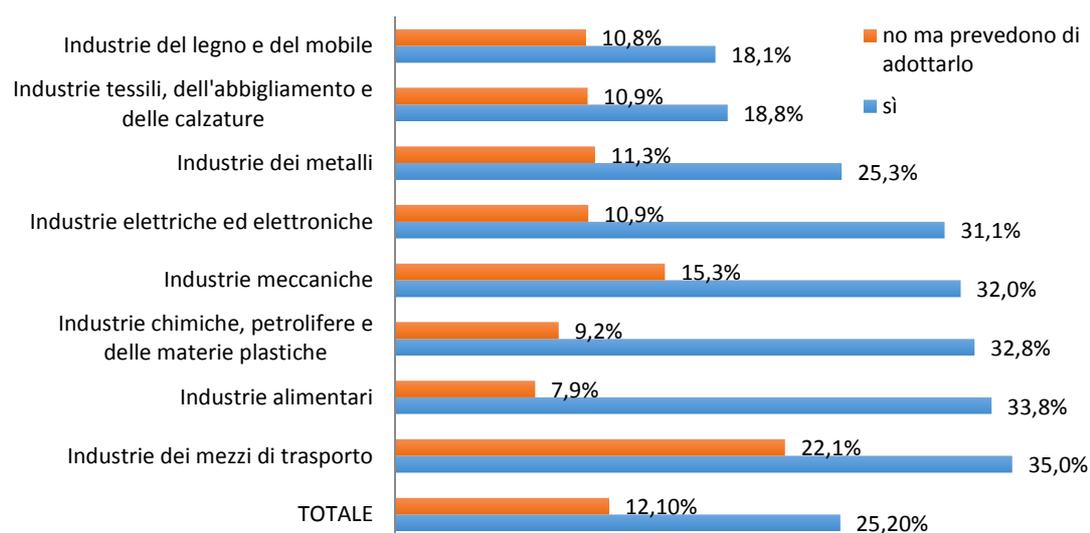
### Le imprese della manifattura piemontese e i rapporti di fornitura

Le **scelte di filiera e il rapporto con i fornitori** sono fra gli elementi che possono contribuire a definire l'approccio delle aziende alla responsabilità e all'innovazione sociale. A tal proposito è stato realizzato un focus ad hoc che ha coinvolto le piccole e medie imprese della manifattura piemontese che trimestralmente partecipano all'indagine congiunturale regionale coordinata da Unioncamere Piemonte<sup>77</sup>, sottoponendo loro una breve batteria di domande volta a analizzare alcuni aspetti utili alla lettura di tale tematica: dalla prossimità e numerosità dei fornitori di riferimento, all'adozione di codici di condotta; dai criteri di selezione dei fornitori alla natura dei rapporti di collaborazione.

**Il 62% delle imprese rispondenti ha fornitori localizzati all'interno della regione** di appartenenza (di cui il 36,6% nella provincia). Il numero dei fornitori con i quali le imprese si relazionano cambia ovviamente al mutare delle dimensioni aziendali: **in media, per le imprese qui indagate, i primi tre fornitori incidono sul 58,5% degli acquisti effettuati.** Questa percentuale cala all'aumentare della dimensione aziendale. **All'aumentare del numero di fornitori, tuttavia, è più diffusa l'adozione di strumenti** – quale è ad esempio il codice di condotta - **che definiscano le norme sottostanti ai rapporti di filiera e che garantiscano il rispetto**, da parte di tutti i soggetti coinvolti ai diversi livelli della fornitura, **degli standard di qualità e responsabilità aziendale.**

Nel complesso **un'impresa su quattro ad oggi adotta la scelta di utilizzare un codice di condotta** che definisca il rapporto con i fornitori, mentre un'ulteriore 12% ancora non lo fa ma prevede di adottarlo in futuro.

#### Adozione del codice di condotta con i fornitori



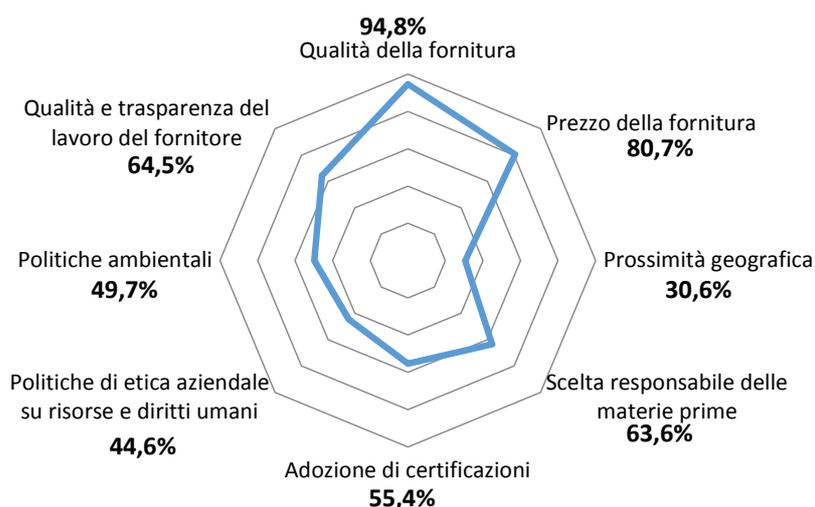
Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

<sup>77</sup> Indagine congiunturale n. 191 sull'industria manifatturiera piemontese

All'adozione di strumenti di regolazione dei rapporti di fornitura, come appunto il codice di condotta, si affianca anche **la propensione a selezionare i fornitori sulla base di criteri più o meno connessi a tematiche di rilievo sociale. Al netto di qualità e prezzo** della fornitura, che restano dominanti rispetto a qualunque altro criterio di scelta, vi sono altri fattori che le imprese tengono in considerazione.

### I criteri di selezione dei fornitori

(somma dei punteggi 4 - importante - e 5 - molto importante)



Fonte: Osservatorio imprenditorialità sociale 2019

I più importanti sono relativi alla **qualità e trasparenza del lavoro** e alla responsabile scelta delle materie prime da parte del fornitore. Oltre il 55% delle imprese reputa altresì importante l'adozione di certificazioni, ma è rilevante anche l'esistenza di politiche aziendali in materia etica e ambientale benché con un consenso comunque più contenuto.