

VI EDIZIONE DELL'OSSERVATORIO UBI BANCA SU "FINANZA E TERZO SETTORE"

Il rapporto 2016 si concentra sui fabbisogni finanziari e le prospettive evolutive di due gruppi che compongono il Terzo settore italiano: da un lato, infatti, l'indagine è volta ad esplorare le previsioni di entrate per il 2017, i rapporti con le banche e le prospettive future in termini di fabbisogni finanziari delle **cooperative sociali**; dall'altro, la stessa analisi è stata condotta sulle **associazioni** di maggiori dimensioni (entrate superiori a 50 mila euro).

Principali evidenze relative alle cooperative sociali:

1. **Peggioramento della stabilità dei rapporti con la Pubblica Amministrazione** (-2,4%) e **miglioramento** delle previsioni di **crescita delle entrate da vendita di beni e servizi sul mercato** (+1,6%)
2. **Si consolida l'utilizzo di servizi digitali** (91,6%), così come pure la richiesta di sviluppare servizi a supporto della raccolta fondi (+2,8%)
3. **Aumentano le richieste di finanziamento** (+3,6%), in particolare quelle **per investimenti** (+2,4%)
4. **L'autofinanziamento si conferma la principale fonte di copertura (40,9%)** degli investimenti previsti, le cui previsioni sono in aumento (+11,2%)
5. La **conoscenza** da parte delle cooperative sociali rispetto agli strumenti di finanza ad impatto sociale riguarda 1 realtà su 4, di queste, il **bacino potenziale di utilizzatori** è pari a 7 cooperative sociali su 10

Principali evidenze relative alle associazioni:

1. Le associazioni, ed in modo particolare le organizzazioni di volontariato (73,3%), sono caratterizzate soprattutto da previsioni (per il 2017) di stabilità dei **rapporti con la Pubblica Amministrazione e relative entrate** (63,0%, + 11,4% rispetto alle cooperative sociali)
2. **Alta percentuale di utilizzo di servizi digitali** (92,0%) e di interesse allo **sviluppo di servizi di supporto alla raccolta fondi** (84,0%); **bassa percentuale** di richiesta di **finanziamenti** (18,0%)
3. La principale fonte di copertura dei **fabbisogni finanziari futuri** è l'**autofinanziamento** (35,9%), seguita dalle entrate da soggetti privati (34,0%)
4. **Bassa** sia la **conoscenza** (34,0%) che l'**interesse all'utilizzo** (19,0%) degli strumenti innovativi di **finanza ad impatto sociale**

Milano, 25 Maggio 2017 - UBI Banca, con il supporto scientifico di **AICCON** (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit), presenta la **sesta edizione dell'Osservatorio UBI BANCA su "Finanza e Terzo Settore"** nato con l'obiettivo di monitorare in maniera continuativa lo stato e l'evoluzione del **fabbisogno finanziario dei diversi soggetti** che compongono il **Terzo Settore**.

Per il sesto anno consecutivo prosegue l'osservazione delle principali tipologie giuridiche di organizzazioni non profit, intrapresa nel 2011 con l'analisi annuale sulla **cooperazione sociale**, cui si è aggiunto nel corso degli anni il **focus sull'associazionismo** (2012), sulle **fondazioni** (2013), sulle **imprese sociali** aventi forma giuridica di Srl (2014) e sugli **ibridi organizzativi a matrice cooperativa** (2015).

La VI edizione dell'indagine, riferita all'anno 2016, è stata realizzata attraverso un'**analisi campionaria** svolta tramite la somministrazione di un **questionario di indagine** rivolto rispettivamente ai responsabili di **250 cooperative sociali** e consorzi di cooperative sociali e di **100 associazioni** di grandi dimensioni in termini di entrate (superiori a 50 mila euro).

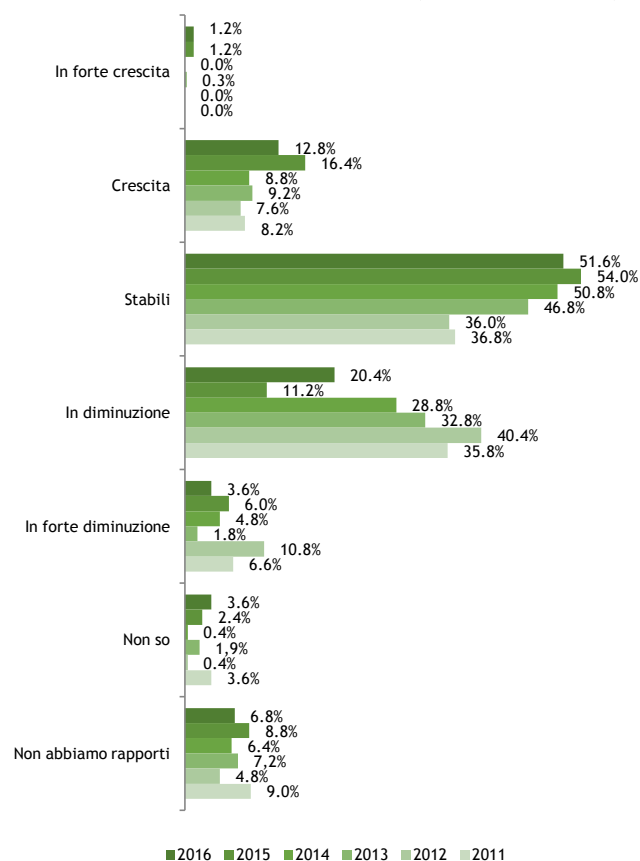
Secondo i dati più recenti (ottobre 2016, fonte: Unioncamere), le **cooperative sociali** iscritte nel Registro delle Imprese risultano 22.744 unità. L'Albo delle Cooperative Sociali del Ministero dello Sviluppo Economico ne conta, invece, 23.110 (febbraio 2017).

Le **associazioni** italiane, invece, sono complessivamente 269.353 (Istat, IX Censimento Istituzioni Non Profit, dati relativi al 2011) e hanno un volume di entrate superiore a 31,6 miliardi di euro. Le associazioni con entrate superiori a 50 mila euro, tra cui sono state selezionate i 100 soggetti che costituiscono il campione dell'Osservatorio, sono 46.128, ovvero il 17,1% del totale delle associazioni, che in termini di entrate rappresentano il 91,0% del totale delle entrate complessive delle associazioni.

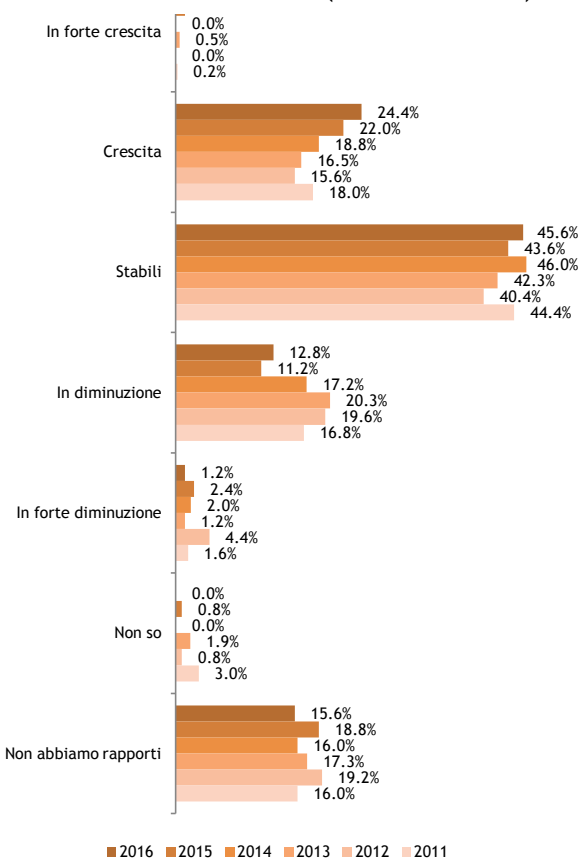
Il focus sulle cooperative sociali

La VI edizione dell'Osservatorio UBI Banca su "Finanza e Terzo settore" restituisce una fotografia della cooperazione sociale italiana che evidenzia, da un lato, una riduzione, rispetto alla precedente edizione dell'Osservatorio, delle previsioni di stabilità per il 2017 nei rapporti con il pubblico (-2,4%) e, in generale, un **peggioramento delle previsioni di entrate da contributi, convenzioni, donazioni e rapporti con la Pubblica Amministrazione** (una diminuzione del -3,6% delle previsioni di crescita e un aumento del 6,8% delle previsioni di diminuzione); dall'altro, un **miglioramento delle previsioni di crescita** (+1,6% rispetto all'anno precedente) e di **stabilità** (+2,0% rispetto al 2015) **delle entrate market**, a conferma di un crescente orientamento da parte della cooperazione sociale italiana verso il mercato a domanda pagante composto da privati cittadini al fine di raggiungere la propria sostenibilità economica.

Previsione andamento entrate da contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni (trend 2011-2016)



Previsione andamento entrate da vendita di prodotti e servizi sul mercato (trend 2011-2016)

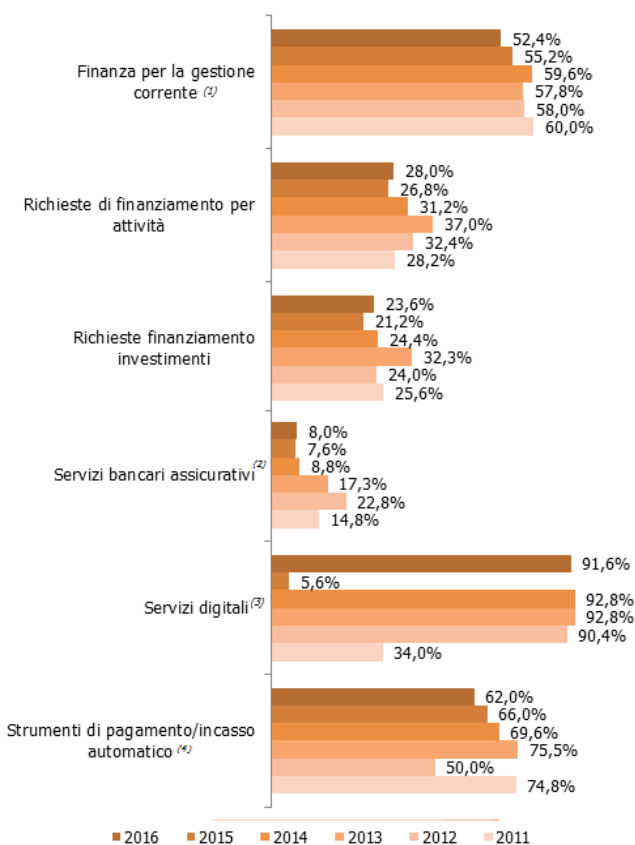


Dal lato della domanda (cooperative sociali), emerge soprattutto una richiesta al sistema bancario di servizi **basati sulle tecnologie digitali ICT** e di **supporto** in termini di strumenti di raccolta fondi. Rispetto all'utilizzo di servizi/strumenti* messi a disposizione dagli istituti di credito con cui si hanno rapporti, oltre 9 cooperati-

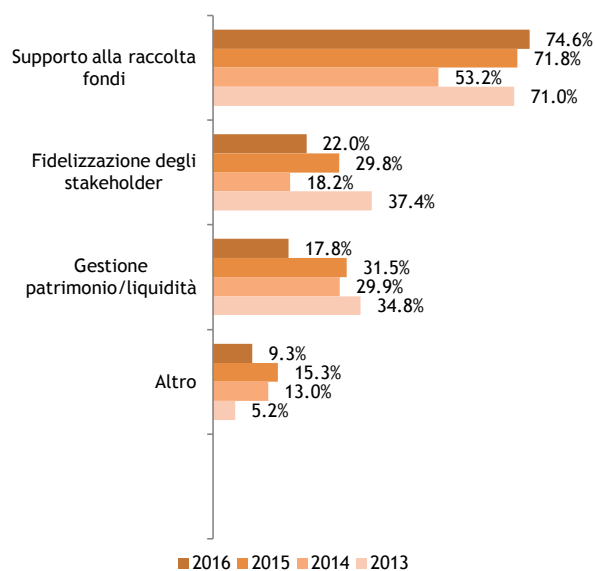
* Finanza per la gestione corrente ⁽¹⁾ = Anticipo crediti/contributi P.A., Anticipo 5x1000, Fidejussioni anticipo contributi; Servizi

ve sociali su 10 indicano infatti di aver fruito di servizi digitali, mentre relativamente alla richiesta di sviluppo di nuovi strumenti/servizi in capo alle banche, l'istanza principale (oltre 7 cooperative su 10) riguarda il supporto alla raccolta fondi (+2,8% sull'anno precedente) che, più in generale, può essere letto come una richiesta di supporto in termini di competenze finanziarie di cui talvolta le organizzazioni del Terzo settore non sono totalmente padrone. Aumentano complessivamente le **richieste di finanziamento** (3,6% sul 2015, anno in cui avevano fatto registrare un andamento negativo sia le richieste di finanziamento a supporto delle attività che per investimenti). In particolare, il 23,6% (+2,4% rispetto al 2015) delle cooperative sociali dichiara di aver utilizzato **finanziamenti per investimenti** negli ultimi 12 mesi.

Andamento delle percentuali di utilizzo dei servizi bancari offerti (trend 2011-2016)



Sviluppo di nuovi servizi (trend 2013-2016)



Interessante il punto di vista della cooperazione sociale osservata rispetto al tema della **finanza ad impatto sociale**: poco meno di 1 cooperativa su 4 dichiara di **conoscere** tali strumenti, anche se tale conoscenza risulta essere maggiormente legata ad una consapevolezza della loro esistenza, piuttosto che ad un reale approfondimento del meccanismo di funzionamento di questi strumenti. Tra coloro i quali dichiarano di conoscere gli strumenti di finanza ad impatto sociale, 7 su 10 dichiarano di essere **interessati all'utilizzo** di tali strumenti. Al fine di implementare l'utilizzo di strumenti di finanza ad impatto sociale, le cooperative interessate dichiarano che sia necessario approfondire, oltre alla conoscenza in sé dello strumento, anche i criteri utilizzati per l'individuazione degli obiettivi di impatto sociale, tema quest'ultimo che oggi, con la riforma del Terzo settore (l. n. 106/2016), è oggetto di discussione sia a livello ministeriale (con il relativo decreto attuativo che dovrà concretizzare quanto previsto nel testo della riforma) che all'interno del mondo della cooperazione sociale, sempre più orientata a comprendere gli strumenti e i processi volti alla valutazione dell'impatto sociale da loro generato.

bancari assicurativi ⁽²⁾ = Coperture danni, accesso a casse sanitarie per dipendenti-collaboratori-volontari; Servizi digitali ⁽³⁾ = Internet banking, app, POS, firma digitale. Nel 2015 rilevato unicamente il web per la raccolta fondi, nel 2011 i servizi Pos e Pos virtuale, il web per raccolta fondi e il web per vendita/prodotti servizio; Strumenti di pagamento/incasso automatico ⁽⁴⁾ = Ri.BA., R.I.D. Attivi/SDD. Nel 2012 R.I.D. attivi/SSD non rilevati.

Per l'anno in corso le cooperative sociali prevedono altresì un aumento rispetto al proprio **fabbisogno finanziario per investimenti** (+11,2% rispetto alla precedente edizione). Tra chi prevede investimenti (il 60,4% del campione) l'autofinanziamento si conferma la principale fonte di copertura (40,9%, -6,4% sull'anno precedente) a fronte di esigenze di sviluppo e di investimento.

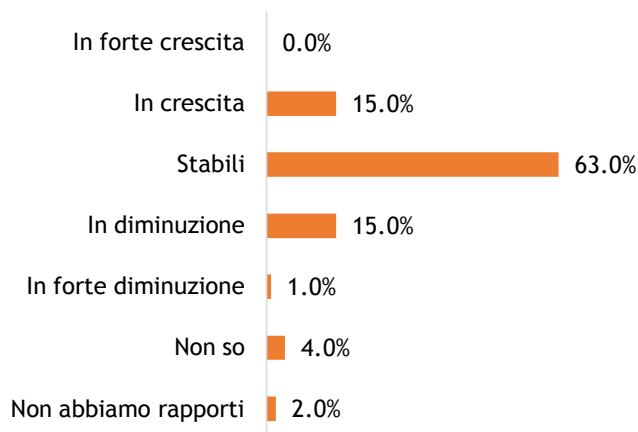
Il 40,4%, infine, ritiene che per **sostenere e incrementare la domanda di investimenti e quindi delle richieste di finanziamento** sia necessaria l'istituzione di un fondo di garanzia dedicato; in crescita la percentuale di coloro i quali, invece, ritengono che per lo stesso fine sia necessario ampliare l'offerta di finanza specializzata (21,2%, +8,4% sul 2015).

Il focus sulle associazioni

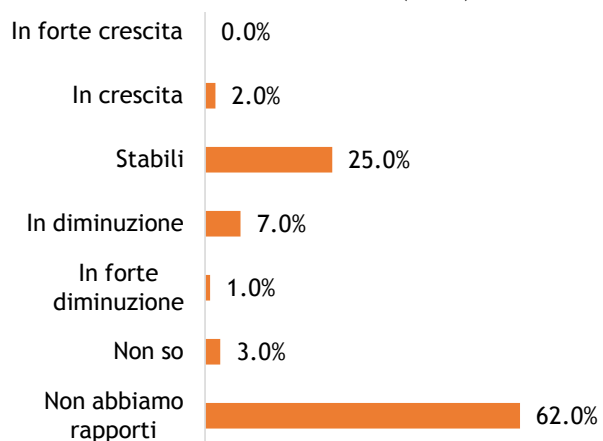
La seconda parte della VI ed. dell'Osservatorio riporta le evidenze relative all'associazionismo italiano, esaminando le diversità e le analogie esistenti tra **associazioni di promozione sociale (APS)**, **organizzazioni di volontariato (ODV)** ed **altre forme di associazioni non normate da leggi speciali** (quali ad esempio le associazioni culturali e ricreative), nonché rispetto al mondo della cooperazione sociale.

Le associazioni, ed in particolar modo le organizzazioni di volontariato, sono caratterizzate soprattutto da previsioni per il 2017 di stabilità dei **rapporti con la Pubblica Amministrazione e relative entrate**. Le associazioni di promozione sociale, invece, sono i soggetti che presentano la percentuale più alta (23,5%) relativamente alla diminuzione di questa tipologia di entrate. D'altro canto, la maggior parte delle associazioni interpellate prevede di **non avere rapporti con il mercato** e di conseguenza entrate, confermando la natura generalmente non commerciale dell'associazionismo italiano. Tra coloro i quali prevedono entrate *market*, tuttavia, si registra una previsione di sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente. Dall'incrocio delle previsioni di entrate con gli ambiti di attività emerge come il settore "**Attività sportive**" sia quello con le migliori previsioni di crescita in entrambi i casi (25,0%), a conferma della dinamicità e della crescita già in atto delle associazioni operanti in tale contesto.

Previsione andamento entrate da contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni (2016)

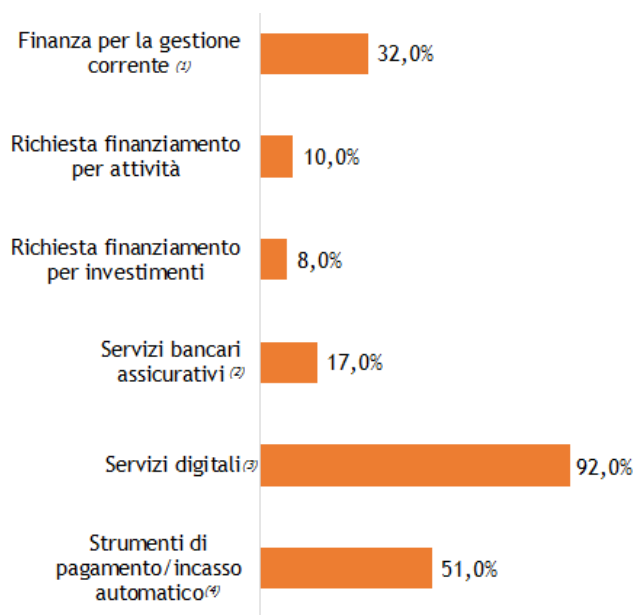


Previsione andamento entrate da vendita di prodotti e servizi sul mercato (2016)

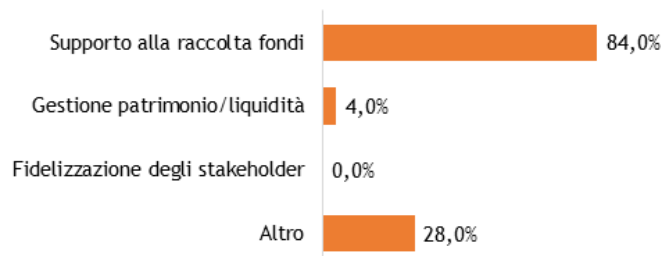


Il grado di **utilizzo dei servizi offerti dalle banche** e l'**interesse** in termini di **sviluppo di nuovi strumenti** da parte dell'associazionismo corrisponde a quanto rilevato per il mondo della cooperazione sociale, seppur ovviamente con percentuali differenti tra le due forme giuridiche. Anche in questo caso, infatti, i **servizi** maggiormente utilizzati sono quelli **digitali** (92,0%; +0,4% rispetto al campione di cooperative sociali), mentre l'orientamento principale in termini di innovazione nell'offerta bancaria va nella direzione dello **sviluppo di strumenti di supporto alla raccolta fondi** (84,0% contro il 74,6% delle cooperative sociali). Solo il 18,0% delle associazioni ha avanzato **richieste di finanziamento** (-33,6% rispetto alle cooperative sociali), di cui l'8,0% per **investimenti**.

Andamento delle percentuali di utilizzo dei servizi bancari offerti (2016)



Sviluppo di nuovi servizi (2016)



Nel caso dell'associazionismo, risulta basso sia il livello di **conoscenza** (3 su 10 associazioni) che l'**interesse all'implementazione di strumenti di finanza ad impatto sociale** espresso dalle associazioni del campione (19,0% delle associazioni), soprattutto per quel che riguarda le associazioni di promozione sociale (rispettivamente 29,4% e 11,8%).

Per l'anno in corso oltre la metà delle associazioni interpellate prevedono un aumento rispetto al proprio **fabbisogno finanziario per investimenti** (57,0%). Tra chi prevede investimenti, l'autofinanziamento è la principale fonte di copertura (35,9%, -5 punti percentuali rispetto alle cooperative sociali) del fabbisogno finanziario previsto dall'associazionismo, seguita dalle entrate da soggetti privati (34,0%).

L'impegno di UBI Banca per il Terzo Settore

L'appuntamento annuale con la presentazione dell'indagine dell'**"Osservatorio UBI Banca su Finanza e Terzo Settore"** si inserisce in un percorso strategico di comprensione e di un più efficace supporto al mondo del non profit avviato da UBI Banca fin dal 2011 con l'introduzione di una struttura organizzativa specificatamente dedicata alla gestione dei rapporti con la clientela appartenente al settore non profit laico e religioso. A fine 2016, nell'ambito del Progetto Banca Unica e del Piano Industriale 2019/2020, è stato definito un nuovo assetto e collocamento organizzativo riferito al mondo Enti, con la costituzione di una nuova Area strategica denominata UBI Comunità con lo scopo di presidiare e sviluppare gli ambiti di business e le relazioni commerciali collegate sia al mondo del terzo settore e dell'economia civile sia agli enti pubblici ed ai sistemi associativi. Attraverso questa evoluzione UBI Banca si pone l'obiettivo di consolidare e rafforzare ulteriormente il rapporto con i territori di inserimento, con i diversi attori e con le realtà economiche e sociali di cui sono espressione, creando al contempo valore condiviso per le comunità di riferimento. Ciò grazie alla promozione ed al sostegno di iniziative tra il pubblico, il privato ed il privato

sociale, ad una sempre maggiore inclusione e coinvolgimento delle comunità locali, nonché alla condivisione delle abilità e competenze del Gruppo UBI Banca.

In tale contesto, l'Area UBI Comunità, attraverso il Servizio Terzo Settore ed Economia Civile, si pone l'obiettivo di supportare investimenti orientati all'impatto sociale e di sostenere percorsi di imprenditoria sociale legati allo sviluppo locale, di comunità e nuove filiere nonché di consolidare e sviluppare il ruolo di partner strategico delle organizzazioni del Terzo Settore, laiche e religiose, in grado di sostenerle nel perseguimento delle finalità sociali e/o pastorali e nei processi di crescita sostenibile.

Secondo Vincenzo Algeri, Responsabile Area UBI Comunità di UBI Banca *“L'Osservatorio conferma come la qualità e la diversificazione specialistica dell'offerta bancaria sia indispensabile per costruire un rapporto di lungo periodo con il mondo dell'impresa sociale e del non profit in generale. Un settore che conferma la sua resilienza e che continua a crescere in particolare nei mercati in cui si assiste all'arretramento della Pubblica Amministrazione. Con la nuova area strategica UBI Comunità, UBI Banca si pone appunto l'obiettivo di essere il partner di riferimento dei diversi soggetti dell'economia sociale e civile in grado di sostenere e promuovere sinergie e forme di convergenza tra il pubblico, il privato ed il privato sociale”.*

“La VI edizione evidenzia come il mondo della cooperazione sociale, nonostante un livello ancora basso di conoscenza, sia molto interessato ad approfondire strumenti orientati all'impatto sociale.” – spiega **Guido Cisternino, Responsabile Terzo Settore ed Economia Civile di UBI Banca** – *“Ovviamente molto dipenderà dai risultati della Riforma del Terzo settore che ci attendiamo possano sbloccare il potenziale di tutto il non profit e promuovere la diffusione di un ecosistema composto da modelli ibridi di interventi di finanza sociale volti a sostenere gli investimenti orientati all'impatto e soluzioni innovative in grado di rispondere alle nuove sfide sociali che abbiamo di fronte”.*

“La banca per le imprese sociali non è percepita solo come intermediario, ma come un soggetto che abilita connessioni e che supporta processi di gestione e di investimento.” – aggiunge **Paolo Venturi, Direttore AICCON** – *“Per questo motivo la sfida in futuro sarà, anche per il sistema bancario, costruire piattaforme ed ecosistemi di servizi per sostenere l'innovazione e lo sviluppo di un settore in profondamente trasformato”.*

Per ulteriori informazioni

UBI Banca - Media Relations

relesterne@ubibanca.it

02 7781 4913 - 02 7781 4936

UBI Banca

Il Gruppo UBI Banca è il quarto gruppo bancario commerciale italiano per capitalizzazione di Borsa e può contare su circa 22.000 dipendenti, oltre 1900 filiali e circa 4,5 milioni di clienti. Nel 2013 sono stati assegnati a UBI Banca il premio per l'innovazione nei servizi bancari nella categoria “La banca solidale” dell'Associazione Bancaria Italiana e il Premio Nazionale per l'Innovazione conferito dal Presidente della Repubblica.

UBI Comunità

Attraverso il Servizio Terzo Settore ed Economia Civile, UBI Comunità è la divisione commerciale del Gruppo UBI Banca specificatamente dedicata alle realtà del Terzo Settore e dell'Economia Civile. Composta da una squadra di specialisti presenti sul territorio, è caratterizzata da un approccio commerciale innovativo e personalizzato al comparto in termini anche di sostegno bancario e creditizio alla gestione quotidiana dell'attività, alla progettualità ed agli investimenti. Con UBI Comunità infatti UBI Banca affianca ad un'offerta per la gestione dell'operatività bancaria semplificata, sicura ed economica, soluzioni creditizie diversificate per l'anticipazione dei contributi e delle entrate, nonché una gamma di soluzioni finanziarie innovative, flessibili e personalizzabili, per sostenere il perseguimento delle finalità istituzionali e l'avvio o l'accelerazione di percorsi di crescita economicamente sostenibile e di innovazione sociale.

AICCON

AICCON - Associazione Italiana per la Promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit è il Centro Studi promosso dall'Università di Bologna, dall'Alleanza delle Cooperative Italiane e da numerose realtà, pubbliche e private, operanti nell'ambito dell'Economia Sociale, con sede presso la Scuola di Economia, Management e Statistica di Forlì - Università di Bologna. L'associazione è riuscita in questi anni a divenire un punto di riferimento scientifico grazie all'importanza delle iniziative realizzate ed alla continua attività di formazione e ricerca sui temi più rilevanti per il mondo della Cooperazione, del Non Profit e dell'Economia Civile, svolte in costante rapporto con la comunità accademica e le realtà del Terzo Settore.