

Bruno Maria Franceschetti

Verso un'azienda sociale ibrida e meno *not for profit*



eum x economia aziendale

eum x economia aziendale

Bruno Maria Franceschetti

Verso un'azienda sociale ibrida e meno
not for profit

eum

Isbn 978-88-6056-203-6

Prima edizione: aprile 2014

©2014 eum edizioni università di macerata

via Carducci (c/o Centro Direzionale) - 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://eum.unimc.it>

Indice

7	Introduzione
	Capitolo primo
11	L'azienda sociale: aspetti definitori e tassonomici
19	1.1 Definizione economica e modelli giuridici di riferimento
22	1.2 <i>Social enterprise, social entrepreneur</i> e il soggetto economico sociale
	Capitolo secondo
49	Le caratteristiche di un'azienda sociale italiana
49	2.1 I soggetti coinvolti e i settori ad utilità sociale
52	2.2 L'assenza dello scopo di lucro e l'autonomia gestionale
56	2.3 Sulla capacità di sopravvivenza dell'azienda sociale italiana
	Capitolo terzo
65	L'azienda sociale all'estero
66	3.1 La <i>Community Interest Company</i> britannica
74	3.2 La <i>Sociétés à finalit� sociale</i> belga
78	3.3 La <i>Sosiaalinen yritys</i> finlandese
80	3.4 La <i>Low Profit Limited Liability Company</i> e la <i>Benefit corporation</i> statunitensi
90	3.5 I <i>Social Stock Exchange</i> : cenni
95	Conclusioni
101	Bibliografia

Verso un'azienda sociale ibrida e meno *not for profit*

«L'impresa sociale è una realtà complessa e poliedrica ed è difficile darne una lettura unitaria» (Borzaga 2009). La comunità scientifica ha prevalentemente seguito un approccio costruttivista nell'elaborare le definizioni di azienda sociale e imprenditore sociale. Conseguentemente, si riscontrano numerose definizioni, parziali, basate per lo più sulla dicotomia: valore sociale vs valore economico. Sposare una concezione olistica di valore potrebbe essere la strada che conduce a una definizione condivisa di *social enterprise* e *social entrepreneur*. L'azienda sociale è l'«unità elementare dell'ordine economico generale» (Giannessi 1960) e il mezzo attraverso cui il soggetto economico sociale opera. A livello internazionale cresce l'interesse verso la creazione di un'economia più responsabile, in cui le *performances* aziendali non vengano più misurate esclusivamente in termini di profitto. La figura del capitalista/imprenditore/soggetto economico sta cambiando. Tuttavia, la disciplina nazionale in merito all'azienda sociale (ex D.lgs 155 del 2006) sembrerebbe di ostacolo al processo evolutivo. L'azienda sociale italiana, rispetto alle sorelle estere (Regno Unito, Belgio, Finlandia e Stati Uniti d'America), ha una struttura legale troppo rigida che rischia di renderla nella forma impeccabile, ma nella sostanza di scarsa attrattiva.



eum edizioni università di macerata

Bruno Maria Franceschetti è dottore di ricerca in Economia Aziendale e ricopre il ruolo di ricercatore confermato in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Macerata. È altresì iscritto all'ordine dei dottori commercialisti di Roma e al registro dei Revisori legali.

ISBN 978-88-6056-203-6



9 788860 562036

€ 12,00