

RAFFAELLA SCALISI - ADVISOR TORINO SOCIAL IMPACT

# SOCIAL PROCUREMENT



# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Opportunità per le imprese

- Introdurre elementi di **intenzionalità ed additionalità** di impatto agendo su una funzione centrale per una azienda;
- accrescere l'**impegno sostanziale** per la responsabilità sociale dell'azienda e migliorarne la **reputazione** e l'immagine;
- accelerare processi di **contaminazione reciproca positiva** tra profit tradizionale ed impresa sociale in termini di capacità di integrazione dei valori di sostenibilità, da una parte, e di sviluppo di standard qualitativi di processo e prodotto dall'altra;
- abilitare **processi di innovazione aperta** per rispondere a sfide sociali ed ambientali.

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Opportunità per il territorio

- Creare valore condiviso per le **comunità locali** e contribuire alla **qualità urbana**, a sua volta strategica per **lo sviluppo del business e l'attrazione di investimenti**.
- Integrare le aziende profit come attori del sistema locale per affrontare le sfide e gestire i bisogni della comunità locale.
- Favorire la creazione di un **incubatore diffuso di imprenditorialità sociale** dotata di capacità di fare innovazione, ricerca e sviluppo, grazie alla domanda privata, naturalmente guidata dalla ricerca di qualità, efficienza e avanzamento tecnologico.

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

Il social procurement porta soluzioni innovative perché mette a confronto approcci imprenditoriali diversi, stimolando un'ottica di innovazione aperta, è multi-attore e attento al valore della prossimità in quanto crea alleanze tra profit, non profit e comunità locali, è culturale perché genera un mutuo apprendimento tra logiche di profitto e sociali e sviluppa il capitale umano sul piano valoriale e della gestione. E' trasformativo perché non solo reindirizza la spesa verso l'impatto sociale, ma contribuisce a modellizzare un modo nuovo di fare business, capace di coniugare convenienza economica e valore sociale condiviso.

**INNOVAZIONE**

**MULTIATTORE**

**PROSSIMITA'**

**APERTURA**

**CULTURA**

**TRASFORMAZIONE**

**I**

**M**

**P**

**A**

**C**

**T**

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Il caso Piemonte: l'offerta

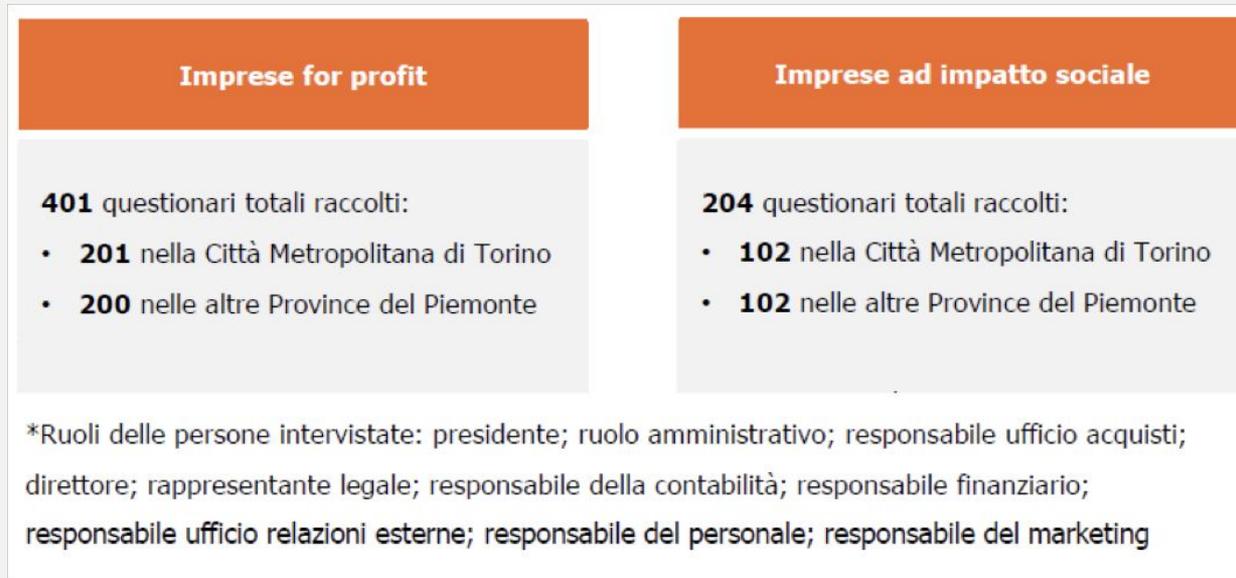
		Forme organizzative a impatto sociale in Piemonte								
		Imprenditorialità a impatto sociale						Terzo settore non imprenditoriale		
		Terzo settore produttivo			Ibridi giuridicamente definiti					
		Coop sociali	Altre imprese sociali	TOT	SIAVS	Società Benefit	Bcorp	APS	ODV	Altri
PIE	2023*	945	131	1.076	23	177	16	2.150	2.941	336
	2021	874	132	1.006	24	34	8	917	3.504	/
	2019	919	112	1.031	22	15	4	583	3.298	/
CMTO	2023*	448	91	539	17	124	10	1.212	1.241	215
	2021	393	86	479	17	19	2	488	1.272	/
	2019	429	64	493	16	7	2	296	1.182	/

Fonti: InfoCamere – Camera di commercio di Torino; RUNTS; bcorporation.net; registroimprese.it

\* Dati al I trimestre 2023

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Il caso Piemonte: indagine 2021



# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Indagine: alcuni ostacoli

- **Preconcetti:** le imprese sociali sono troppo costose, troppo piccole, hanno scarsa qualità
- **Scarsa conoscenza:** spesso sono confuse con onlus e charities
- **Difficile reperibilità:** mancanza di elenchi e strumenti di reperimento delle imprese in base a settore produttivo e missione sociale
- **Scarsa scelta:** in Italia le imprese sociali sono alquanto diffuse in alcuni settori (spazi verdi, pulizie, servizi sanitari e sociali, istruzione) limitatamente presenti in altri (edilizia, alimentazione e catering, trasporti, tessile, sport, arte e cultura) e scarsamente rappresentate in altri (servizi ambientali e energia, informatica, ecc.)
- **Scarsa compliance:** spesso le multinazionali e le grandi aziende hanno sistemi di procurement molto rigidi con procedura di controllo complessa, certificazioni obbligatorie

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Indagine: alcuni ostacoli

- **Difficoltà nella competitività dei prezzi:** spesso nelle aziende guida la policy dei tre preventivi.
- **Limitata misurazione dell'impatto:** le imprese sociali spesso non applicano sistemi sofisticati di misurazione dell'impatto quindi le aziende possono raccogliere pochi dati da integrare nei report di sostenibilità.
- **Capacità di investimento:** a fronte di commesse crescenti le imprese sociali sono più lente a strutturarsi per mettere in campo rapido sviluppo del business con adeguato sistema di gestione del rischio.
- **Scarsa propensione commerciale:** le imprese sociali non hanno grande cultura commerciale e questo si ripercuote su qualità nella gestione del cliente corporate molto esigente.
- **Scarsa digitalizzazione:** processi non in linea con clienti corporate.

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Indagine: alcune soluzioni

- **Directory** strutturate, aggiornate e facilmente consultabili
- **Formazione** per le imprese sociali
- **Accompagnamento** del business tradizionale per analisi mirata della supply chain e delle spese di funzionamento
- **Modelli** per la definizione di una social procurement policy
- **Attività di b2b, matchmaking**
- **Accompagnamento alle negoziazioni**
- **Promozione della misurazione**, di metodi e report con dati su impatto
- **Politiche di vera e propria incentivazione**
- **Campagne di comunicazione** per il social procurement
- **Dati e tecnologie emergenti** per migliorare la tracciabilità e la trasparenza nelle catene di fornitura.

# CORPORATE SOCIAL PROCUREMENT

## Le azioni realizzate

Attraverso il progetto **Buy Social Future for the Social Economy** finanziato dalla UE (SMP-COSME-2022-BUYSOCIALB2BMARKET)

- **4 momenti formativi** rivolti a cooperative e imprese sociali per **rafforzare la propria competitività e presenza sul mercato B2B**
- **2 incontri B2B** tra imprese sociali e imprese tradizionali
- Una **piattaforma web digitale** pilota che mira a promuovere le missioni sociali insieme ai prodotti e servizi di una serie di attori dell'economia sociale
- Un ciclo di **incontri divulgativi** presso in collaborazione con Unione Industriali
- Una **campagna di comunicazione** mirata.

**DO Impact:** progetto europeo (COSME) per la digitalizzazione ed i data driven business model dell'economia sociale (2 anni di formazione e workshops).

# LA PIATTAFORMA



TORINO SOCIAL IMPACT / BUY SOCIAL

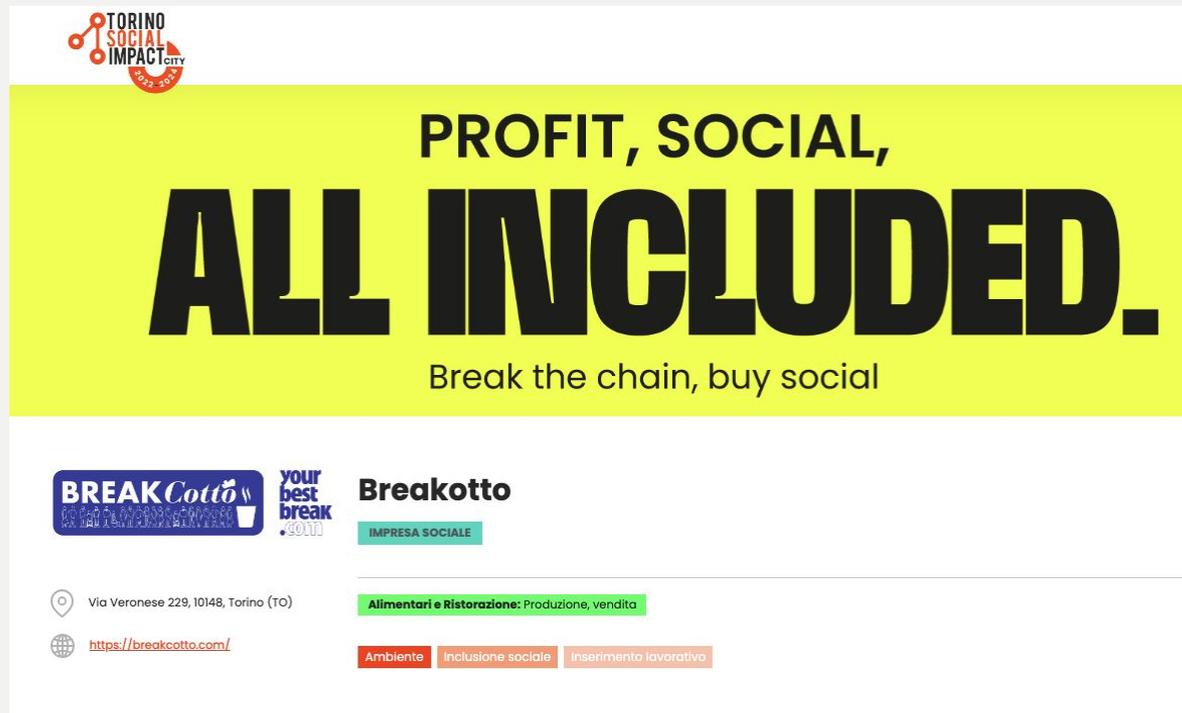
PROFIT, SOCIAL,  
**ALL INCLUDED.**

Break the chain, buy social

**Benvenute sul portale Buy Social dedicato al social procurement**

Rinnova il tuo criterio di selezione dei fornitori: scegli le aziende a impatto sociale e contribuisci al bene comune!

# LA PIATTAFORMA



The screenshot displays the Breakotto platform interface. At the top left is the logo for TORINO SOCIAL IMPACT CITY, featuring a stylized red and white icon and the text 'TORINO SOCIAL IMPACT CITY' with '1922-2024' below it. The main header area has a bright yellow background with the text 'PROFIT, SOCIAL, ALL INCLUDED.' in large, bold, black letters. Below this, the tagline 'Break the chain, buy social' is written in a smaller black font. The lower section of the interface shows the Breakotto logo, which includes the text 'BREAKCottò' and 'your best break .COTTÒ'. To the right of the logo is the text 'Breakotto' and 'IMPRESA SOCIALE'. Below the logo, there is a location pin icon followed by the address 'Via Veronese 229, 10148, Torino (TO)'. To the right of the address is a green box containing the text 'Alimentari e Ristorazione: Produzione, vendita'. At the bottom, there are three red boxes containing the text 'Ambiente', 'Inclusione sociale', and 'Inserimento lavorativo'. A globe icon is followed by the URL 'https://breakcotto.com/'.

**TORINO SOCIAL IMPACT CITY**  
1922-2024

**PROFIT, SOCIAL,  
ALL INCLUDED.**

Break the chain, buy social

**BREAKCottò**  
your best break  
.COTTÒ

**Breakotto**  
IMPRESA SOCIALE

Via Veronese 229, 10148, Torino (TO)

<https://breakcotto.com/>

**Alimentari e Ristorazione: Produzione, vendita**

Ambiente | Inclusione sociale | Inserimento lavorativo

# LA PIATTAFORMA



Break the chain, buy social

Filtra per

NOME

SERVIZIO

TIPO DI IMPRESA

CONVENZIONI EX ART. 14

PRODOTTI E SERVIZI

CATEGORIA D'IMPATTO

LOCATION

<p>SOCIETÀ BENEFIT, B-CORP</p> <p>(Ri)generiamo</p> <p>Ambiente   Inclusione sociale Sviluppo della comunità</p>	<p>COOPERATIVA SOCIALE</p> <p>3D Servizi</p> <p>Inclusione sociale   Inserimento lavorativo</p>	<p>SOCIETÀ BENEFIT, B-CORP</p> <p>Achab</p> <p>Ambiente   Inclusione sociale</p>	<p>COOPERATIVA SOCIALE</p> <p>Ostello alfieri</p> <p>Alfieri</p> <p>Inclusione sociale</p>
<p>SOCIETÀ BENEFIT</p> <p>Amapola</p> <p>Sostegno ad altre imprese/organizzazioni sociali</p>	<p>COOPERATIVA SOCIALE</p> <p>Amico</p> <p>Ambiente   Inclusione sociale Inserimento lavorativo</p>	<p>IMPRESA SOCIALE</p> <p>Anima Giovane</p> <p>Sostegno ad altre imprese/organizzazioni sociali Sviluppo della comunità</p>	<p>COOPERATIVA SOCIALE</p> <p>ARA</p> <p>Ambiente   Inclusione sociale Inserimento lavorativo</p>

# LA CAMPAGNA

BUYSOCIAL  
B2B Buy social Future  
of Social Economy

TORINO  
SOCIAL  
IMPACT

PROFIT, SOCIAL,  
**ALL INCLUDED.**

Break the chain, buy social

# LA CAMPAGNA



BUYSOCIAL  
B2B Buyer's Guide

TORINO  
SOCIAL  
IMPACT

PROFIT, SOCIAL,  
**ALL  
INCLUDED.**

Break the chain, buy social



BUYSOCIAL  
B2B Buyer's Guide

TORINO  
SOCIAL  
IMPACT

PROFIT, SOCIAL,  
**ALL  
INCLUDED.**

Break the chain, buy social



BUYSOCIAL  
B2B Buyer's Guide

TORINO  
SOCIAL  
IMPACT

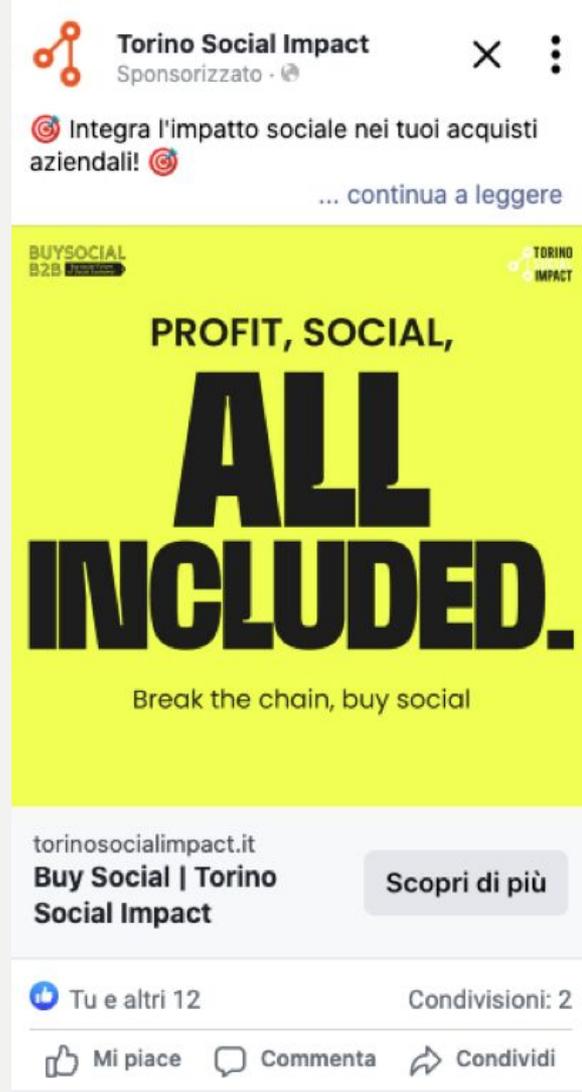
PROFIT, SOCIAL,  
**ALL  
INCLUDED.**

Break the chain, buy social

# LA CAMPAGNA

## I canali

- **Google Ads:** gli annunci sono stati pubblicati su YouTube e sulle piattaforme visive più immersive di Google (Discover e Gmail).
- **Meta Ads:** feed, storie e reel, annunci in-stream per video e reel, app esterne e siti web.
- La strategia di diffusione si è basata anche sul **coinvolgimento dell'intero ecosistema di Torino Social Impact**, che comprende oltre 320 organizzazioni. I partner di TSI sono stati invitati a condividere la campagna Buy Social sui propri canali di comunicazione, amplificandone la portata.



**Torino Social Impact**  
Sponsorizzato · 

 Integra l'impatto sociale nei tuoi acquisti aziendali! 

... continua a leggere

**BUYSOCIAL**  
B2B 

**TORINO**  
IMPACT 

**PROFIT, SOCIAL,**  
**ALL**  
**INCLUDED.**

Break the chain, buy social

torinosocialimpact.it  
**Buy Social | Torino**  
**Social Impact**

Scopri di più

 Tu e altri 12 Condivisioni: 2

 Mi piace  Commenta  Condividi

# GLI INCONTRI

Nell'ambito del programma di **Torino Capitale della Cultura d'Impresa 2024** e grazie alla collaborazione tra Camera di commercio di Torino, Torino Social Impact, Unione Industriali Torino e Fondazione Compagnia di San Paolo, nell'ambito del progetto europeo BUYSOCIAL è stato organizzato **un primo ciclo di incontri online destinato alle imprese** per approfondire il tema del social procurement come strumento di impatto sociale delle imprese.

[5 giugno 2024: link al video](#)

[3 luglio: link al video](#)

[24 settembre: link al video](#)

The graphic features a white header with logos for Torino Capitale della Cultura d'Impresa 2024, Torino Spazio al Futuro, Unione Industriali Torino, Buysocial B2B, the European Union, and Torino Social Impact. Below the logos, the text 'CICLO DI INCONTRI' is written in blue. The main title 'SOCIAL PROCUREMENT' is in large white letters on a green background, with the subtitle 'La scelta responsabile delle imprese' in blue. Below this, a paragraph in blue text describes the online cycle of meetings. At the bottom, a dark blue banner contains the text '3 incontri' and '5 GIUGNO - 3 LUGLIO - 24 SETTEMBRE' in white.

**CICLO DI INCONTRI**

## SOCIAL PROCUREMENT

La scelta responsabile delle imprese

Ciclo di incontri online per approfondire il tema del procurement sociale e le sue ricadute positive per imprese e territorio.

3 incontri

**5 GIUGNO - 3 LUGLIO - 24 SETTEMBRE**

# GRAZIE

RAFFAELLA SCALISI - ADVISOR TORINO SOCIAL IMPACT  
[r.scalisi@torinosocialimpact.it](mailto:r.scalisi@torinosocialimpact.it)

