



Santo Spirito

**LIVING
ROOM**



FIRENZE
Provincia di Firenze - Comune di Firenze - Consorzio per il turismo della Toscana - Comune di Sesto Fiorentino



Avv. Claudia Balocchini

claudia.balocchini@sclaw.it



Gli argomenti da trattare

Le persone giuridiche

La personalità giuridica

La Riforma del Terzo Settore

La forme di organizzazione

Le reti e le forme di collaborazione

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche

Gruppo informale



Persona giuridica



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Scacco Spazio
**LIVING
ROOM**
www.livingroom.it

Le persone giuridiche



Libero professionista

Unico soggetto

Attività economica a favore di terzi

Servizi attraverso lavoro intellettuale

**Possibilità di iscriversi
ad associazioni per professioni
non organizzate in albi (L. 4/2013)**

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche

Soggetti – pluralità di individui

Organi

Patrimonio

Denominazione e sede

Scopo – profit/non profit

Modalità – enti commerciali e non

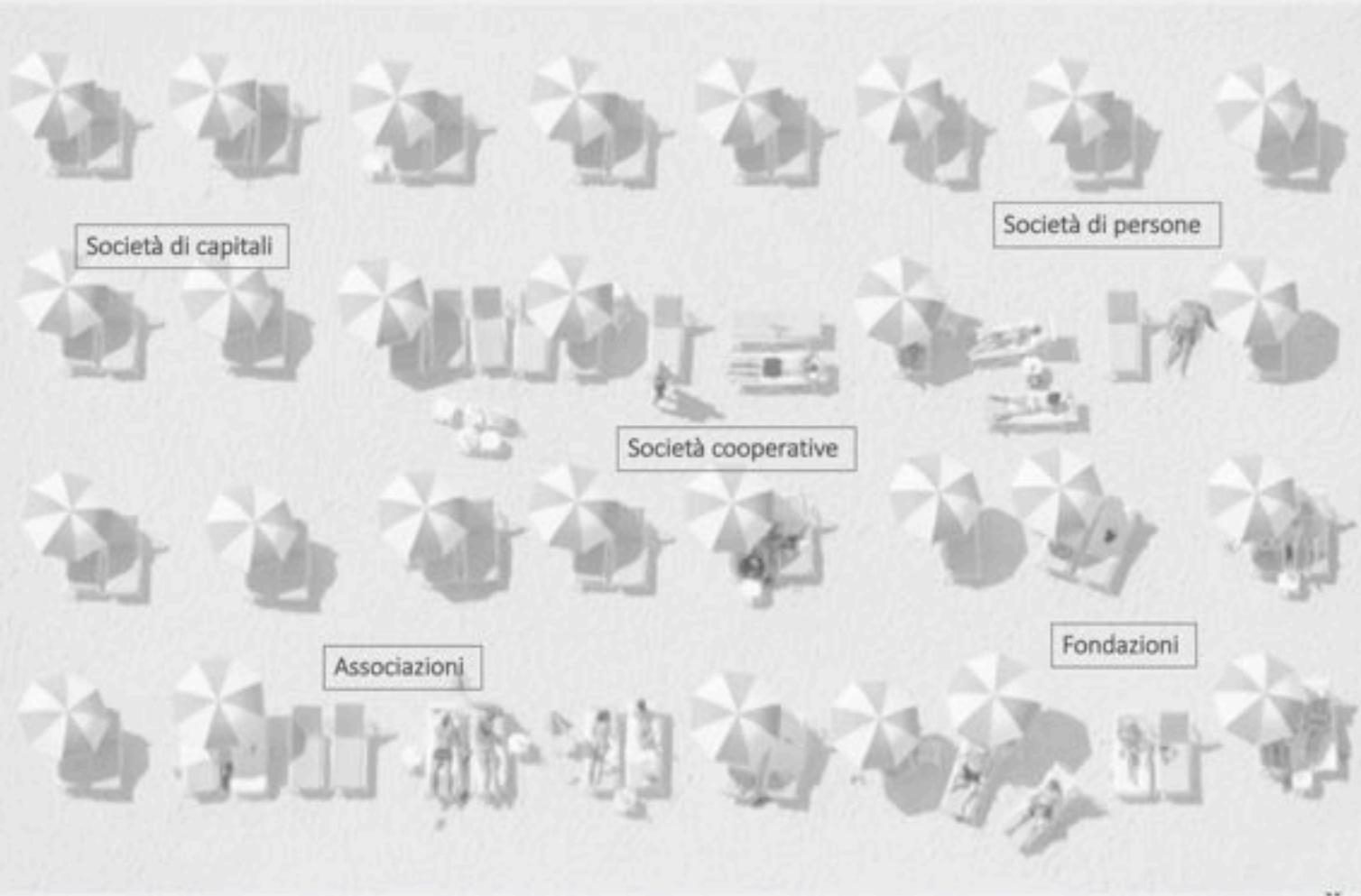
Codice fiscale e partita iva

Atto costitutivo e statuto

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

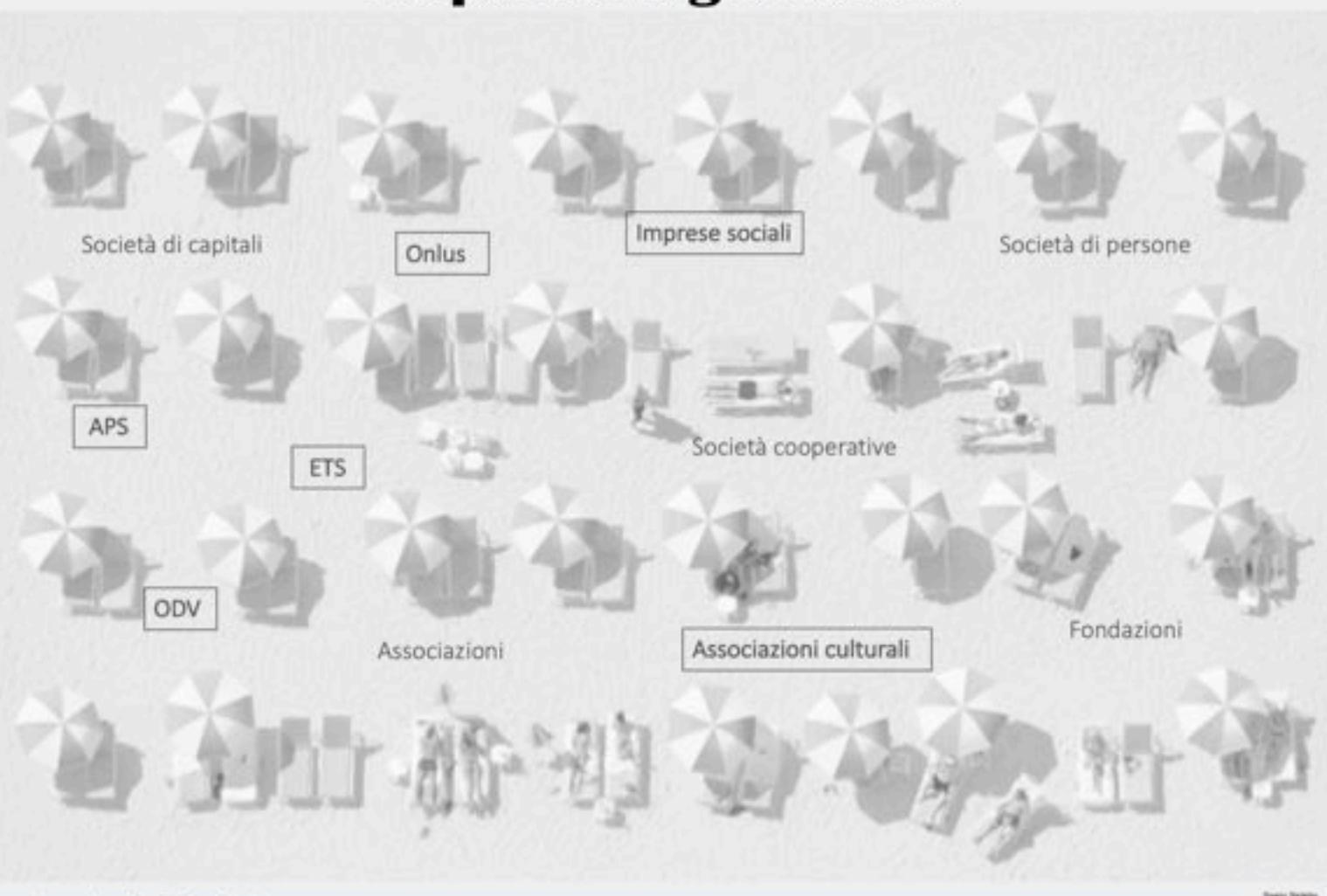


Le persone giuridiche



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Le persone giuridiche



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Genna Spazio
LIVING ROOM
www.gennaspazio.com

La personalità giuridica

La personalità giuridica indica la caratteristica di quegli enti che rispondono delle proprie obbligazioni tramite il solo patrimonio dell'ente (autonomia patrimoniale perfetta).

“per le obbligazioni assunte dalle persone che rappresentano l'associazione i terzi possono far valere i loro diritti sul fondo comune. Delle obbligazioni stesse rispondono anche personalmente e solidalmente le persone che hanno agito in nome e per conto dell'associazione” – art. 38 c.c.



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Santo Spirito
**LIVING
ROOM**

La personalità giuridica

Di recente, la Corte di Cassazione (Cass. 27519/2025) ha confermato che la responsabilità solidale prevista dall'articolo 38 del codice civile non presuppone che la persona fisica abbia avuto una gestione diretta e complessiva dell'ente.

La responsabilità di cui all'articolo 38 cc non concerne un debito proprio dell'associato, “...ma ha carattere accessorio, ... l'obbligazione, avente natura solidale, di colui che ha agito per essa è inquadrabile fra quelle di garanzia ex lege, assimilabili alla fideiussione”.

Ciò al fine di tutelare i creditori che, non avendo alcun sistema di pubblicità legale sul patrimonio dell'ente, abbiano fatto affidamento sulla solvibilità delle persone che hanno contratto obbligazioni in nome dell'ente.

Alla luce di ciò, considerato che l'ufficio aveva correttamente fornito la prova del fatto che la persona fisica aveva sottoscritto la domanda di partecipazione al campionato di calcio per conto dell'associazione e che la parte privata non aveva fornito prova contraria in merito, la Cassazione ha respinto il ricorso di quest'ultima, con sua condanna al pagamento delle spese processuali.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



La personalità giuridica



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Studio Legale
**LIVING
ROOM**
www.sclaw.it

La personalità giuridica

D.P.R. 361/2000	Codice del Terzo Settore
Registro delle persone giuridiche	RUNTS
Prefettura o Regione (in autonomia)	Autorità RUNTS (tramite Notaio)
Domanda con allegati (copia autentica dell'atto costitutivo e dello statuto , documenti che attestano che le condizioni previste da norme di legge o di regolamento per la costituzione dell'ente, che lo scopo sia possibile e leclito e che il patrimonio risulti adeguato alla realizzazione dello scopo)	Il Notaio verifica la sussistenza delle condizioni previste dalla legge per la costituzione dell'ente, in particolare dalle disposizioni del Codice con riferimento alla natura di ETS, nonché del patrimonio minimo (che è previsto dal Codice stesso in: non inferiore a 15.000 euro per le associazioni e a 30.000 euro per le fondazioni)

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



La personalità giuridica

Atto pubblico

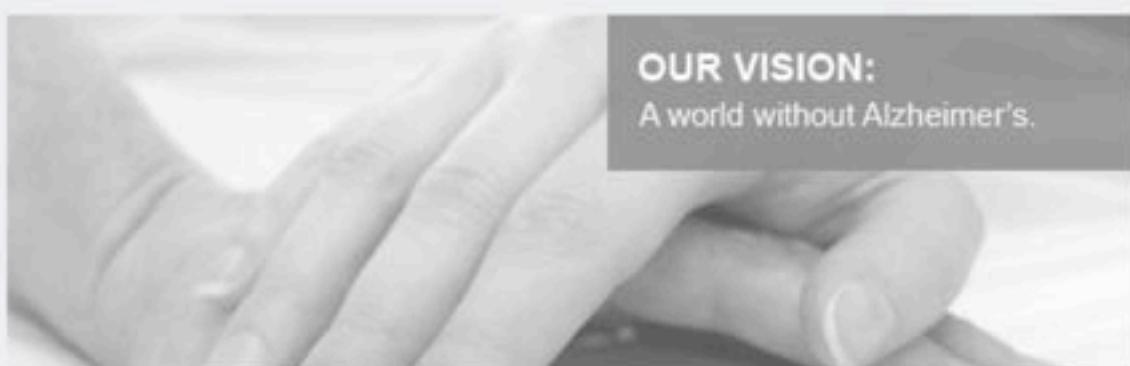
documento redatto da un notaio (o da un altro pubblico ufficiale autorizzato) con particolari formalità dettate dalla legge

Scrittura privata

documento sottoscritto tra privati senza la partecipazione di un pubblico ufficiale

Quando la scrittura privata è **autenticata o registrata**, significa che un evento esterno (atto e/o certificazione proveniente da terzo) le ha conferito un “valore” maggiore.

Le persone giuridiche: elementi essenziali



OUR VISION:

A world without Alzheimer's.

OUR MISSION: To eliminate Alzheimer's disease through the advancement of research; to provide and enhance care and support for all affected; and to reduce the risk of dementia through the promotion of brain health.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche: elementi essenziali

Vision

Definisce il miglior futuro desiderato - l'immagine mentale - di ciò che il progetto si propone di raggiungere nel corso del tempo.

La vision fornisce guida e ispirazione nella focalizzazione del progetto nel raggiungimento degli scopi a lungo termine.

Mission

Definisce lo stato attuale o lo scopo di un progetto e risponde a tre domande sul perché esiste:

CHE COSA fa

CHI lo fa per

e

COME fa ciò che fa

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche: elementi essenziali

Scopi

Scopi strategici – su un vasto piano d’azione
(sono essenziali per realizzare la missione)

Scopi operativi - sulle scelte strategiche e/o tecniche
(sono ciò che il progetto fornirà
per il raggiungimento degli obiettivi strategici)

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche: elementi essenziali

Vision, Mission e Scopi compongono la "buona causa": quello di cui si ha bisogno per convincere a dare e/o a collaborare al progetto.

Questa parte è scritta in modo succinto e d'ispirazione in modo da rendere facile per tutti di ripeterlo in qualsiasi momento. Normalmente, devono essere inclusi tre fattori:

a. fattibilità

(gli obiettivi devono sembrare realisticamente raggiungibili)

b. tratto distintivo

(una caratteristica più peculiare rispetto agli altri progetti)

c. tono di ispirazione

(impatto, «dobbiamo...»)

Le persone giuridiche: elementi essenziali

Distonia: all'interno del gruppo ci sono rappresentazioni della realtà differenti, tutte in conflitto l'una con l'altra

Dissonanza: il gruppo non è in grado di avere la giusta percezione riguardo gli scopi operativi ed i risultati delle varie attività

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche: elementi essenziali

≡ TATE

About us → Our Priorities

OUR PRIORITIES



Dalur Hassen: The Weather Project in the Turbine Hall, Tate Modern 18 October 2003–21 March 2004

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Everything we do, from the programme we present in our galleries and with partners in Britain and around the world, to the books, products and food we sell in our shops and restaurants, supports our mission: to promote public understanding and enjoyment of British, modern and contemporary art.

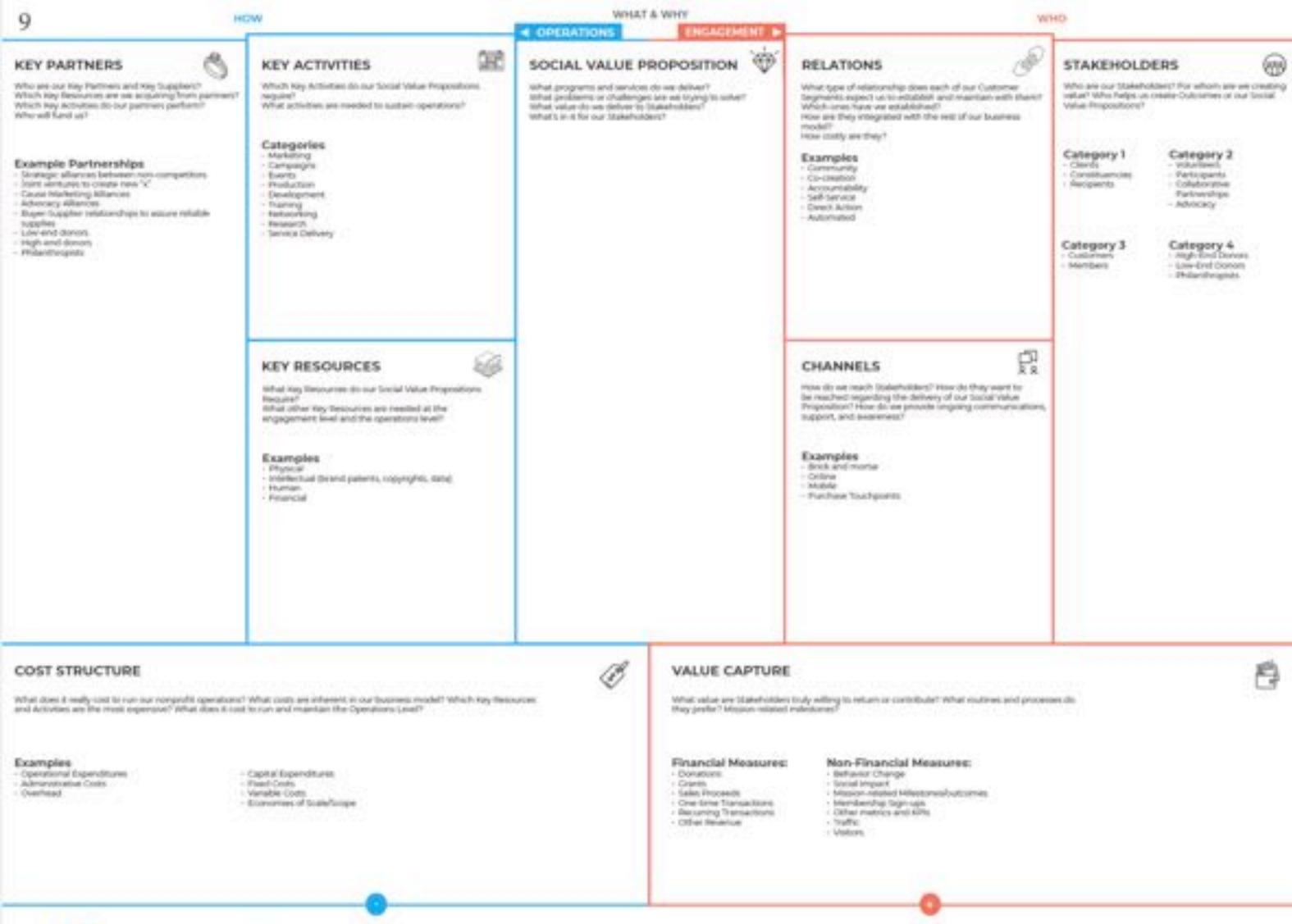


Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Le persone giuridiche: elementi essenziali



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

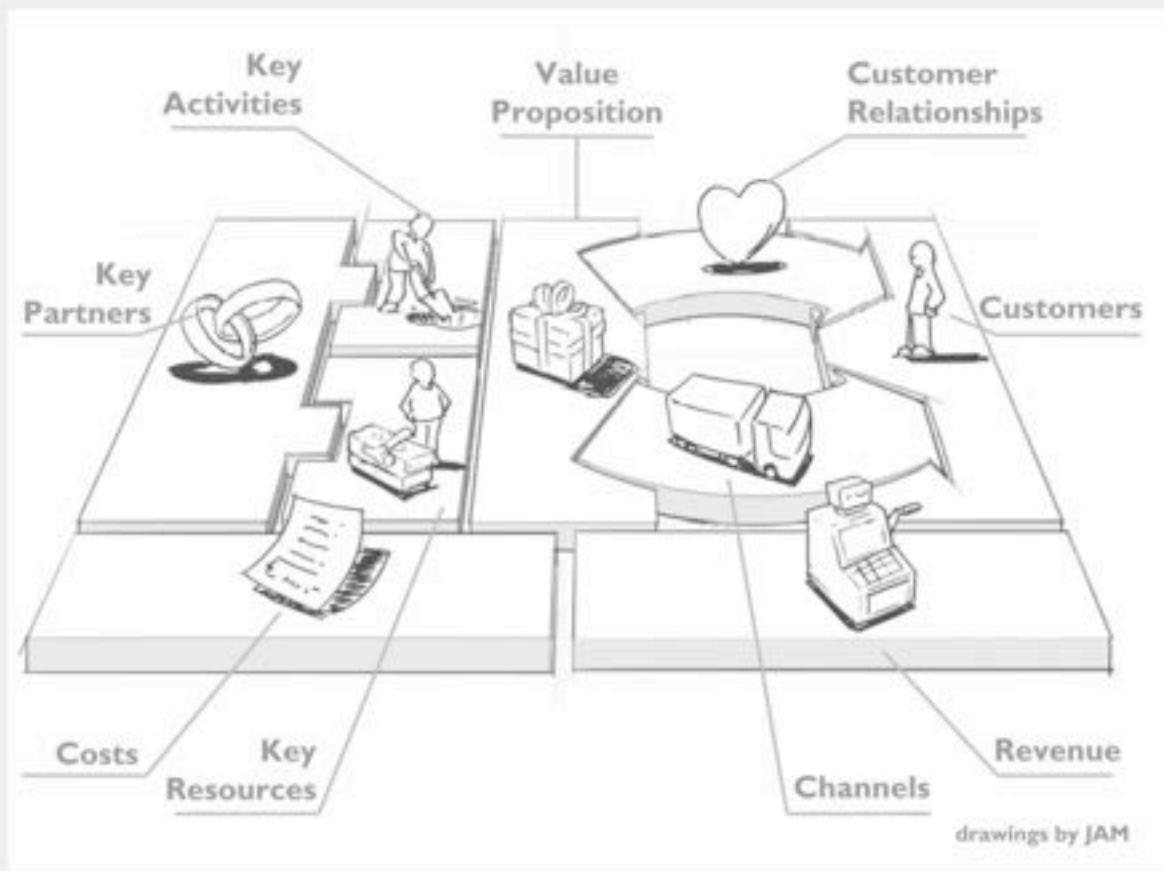


The Nonprofit Business Model Canvas

Nonprofit Business Model Canvas by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, and Trevor Haxton. The original Business Model Canvas from the book *Business Model Generation* by Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, published by Wiley. © 2010, 2013 by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, and Trevor Haxton. This version is available under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.

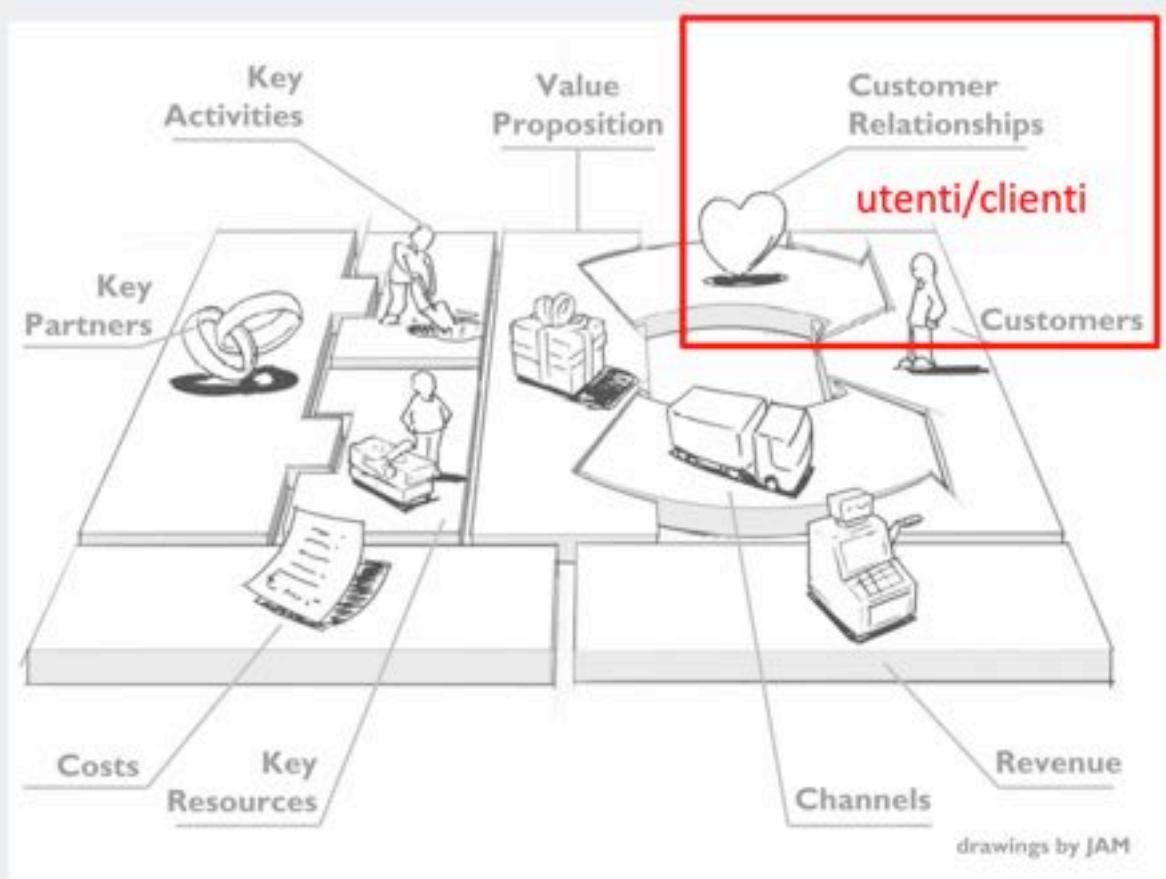


Il business model canvas



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

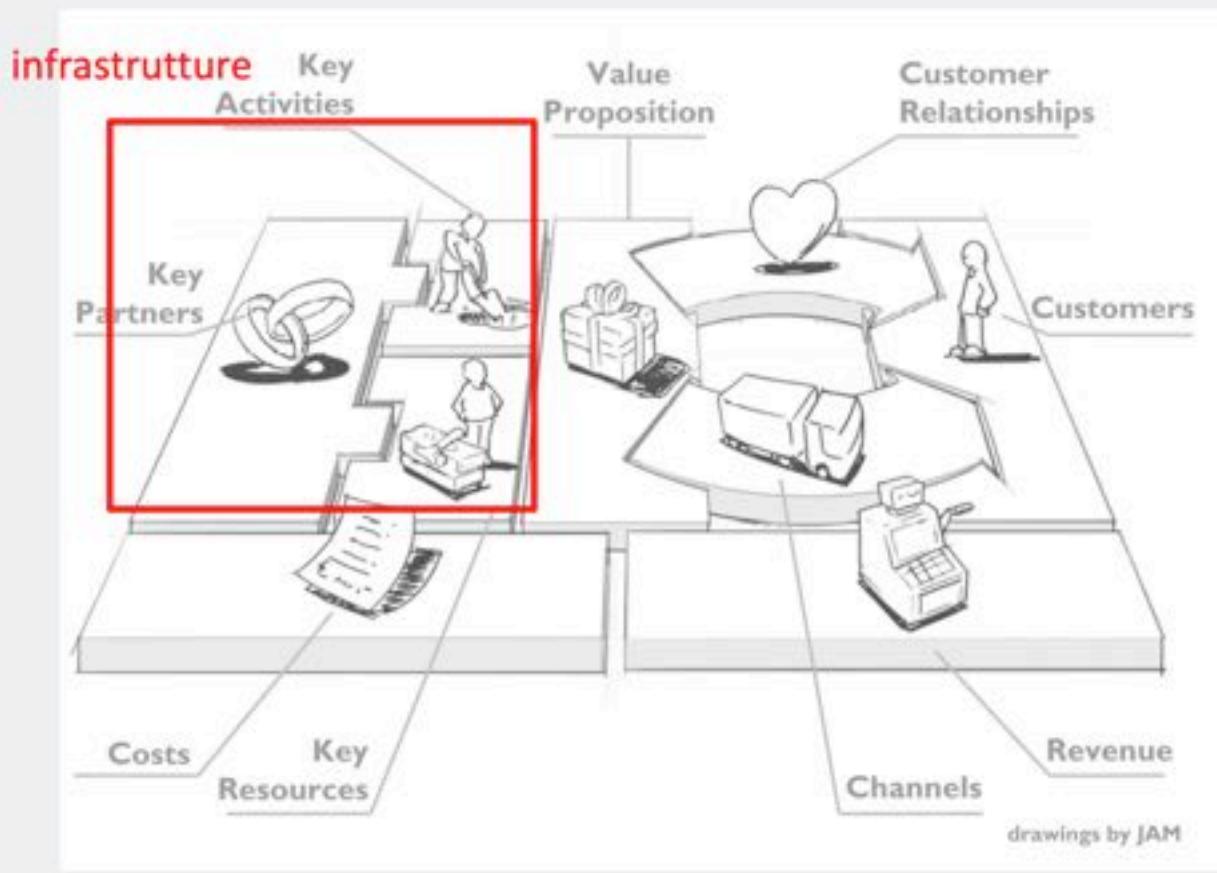


Il business model canvas



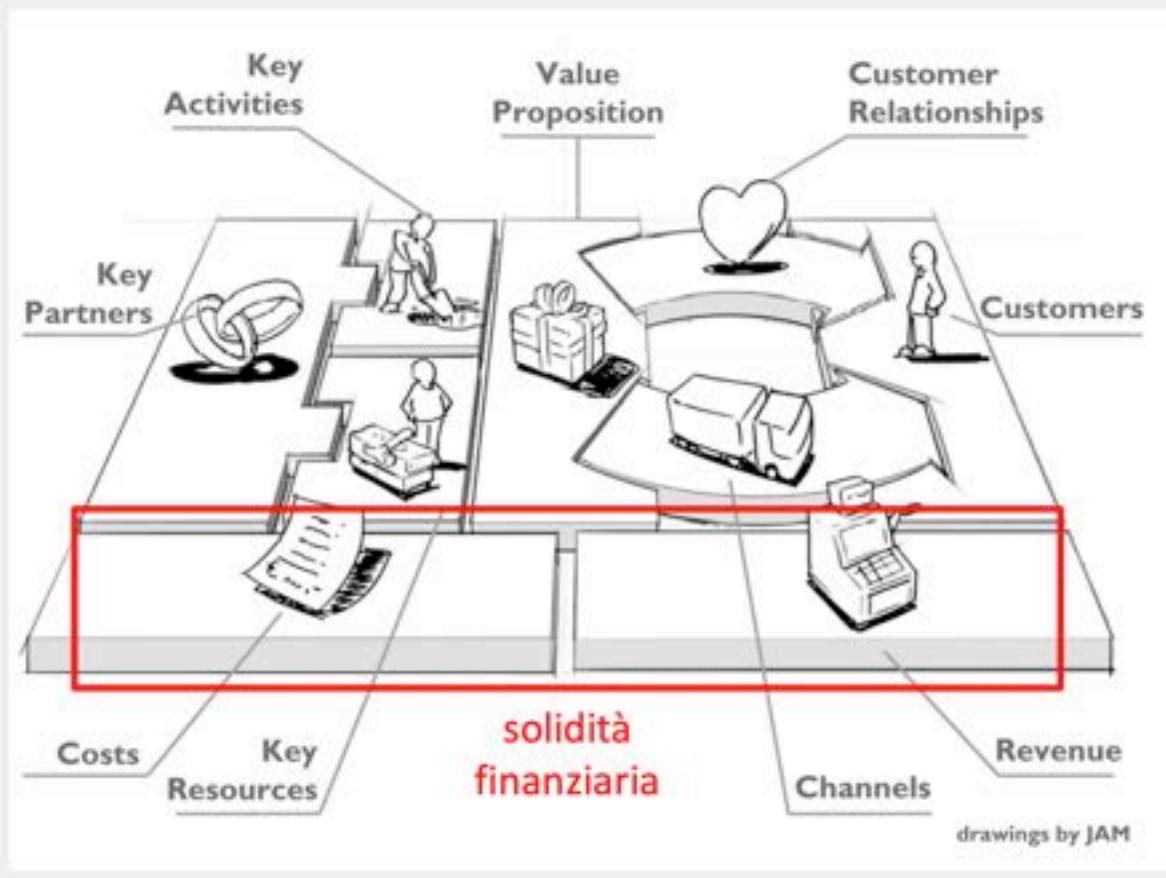
Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas



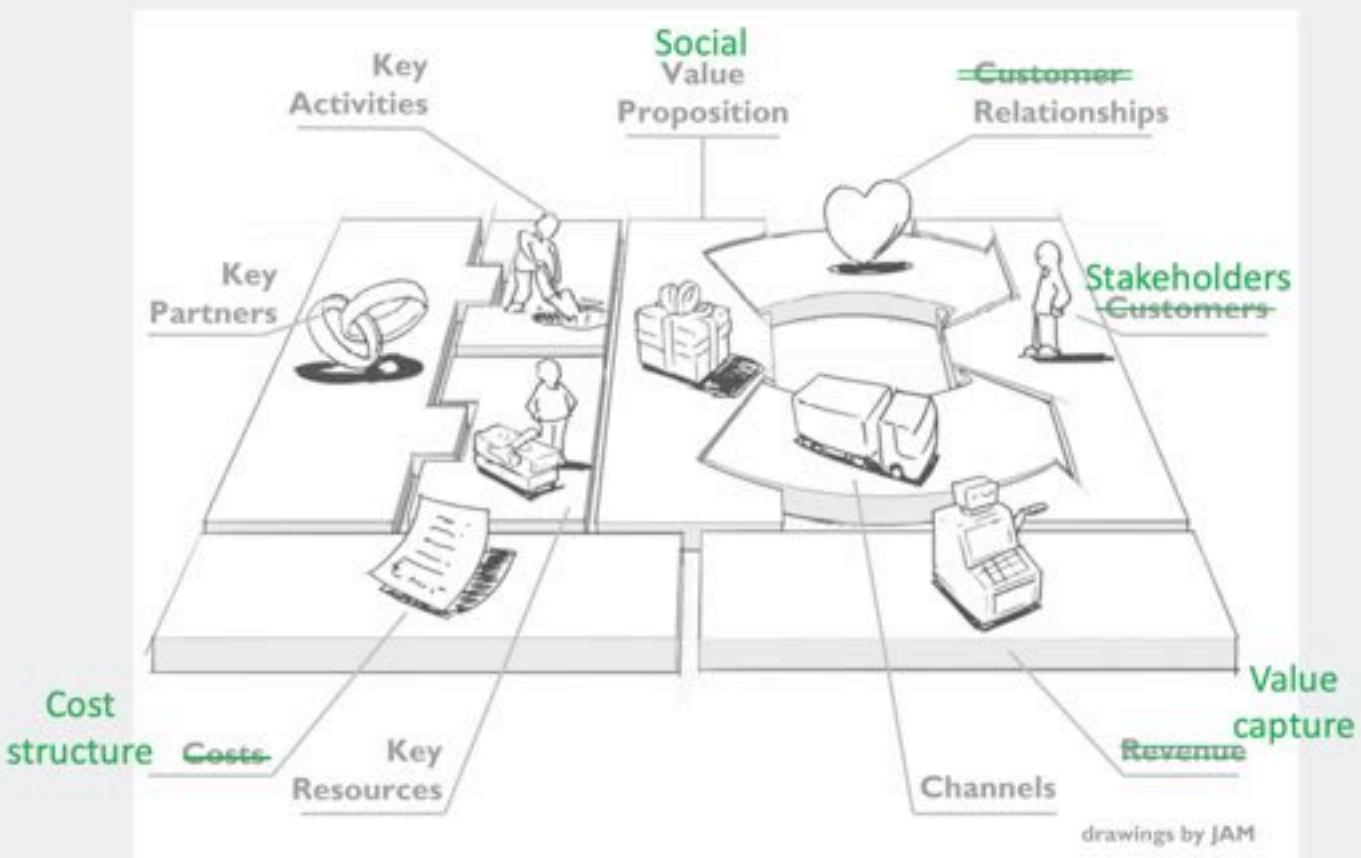
Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas



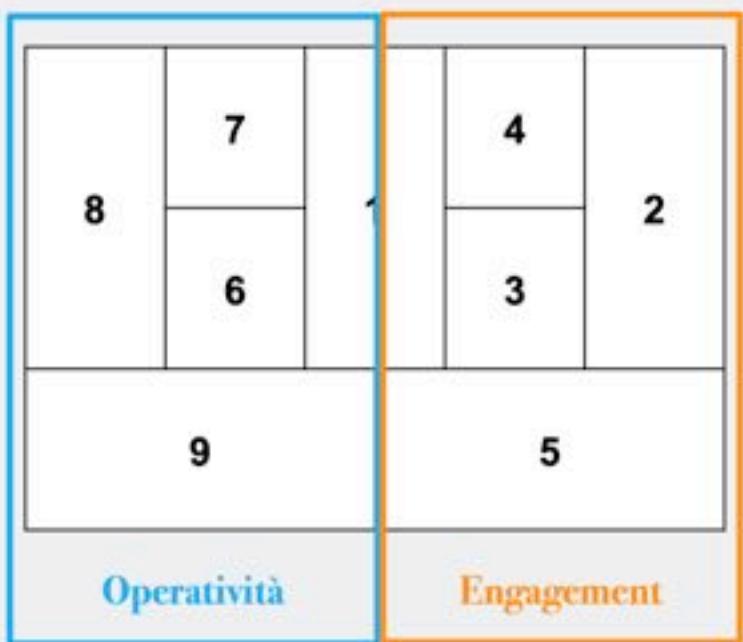
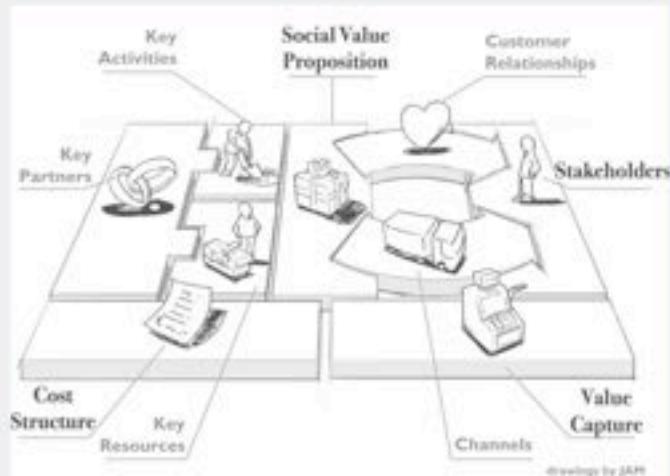
Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

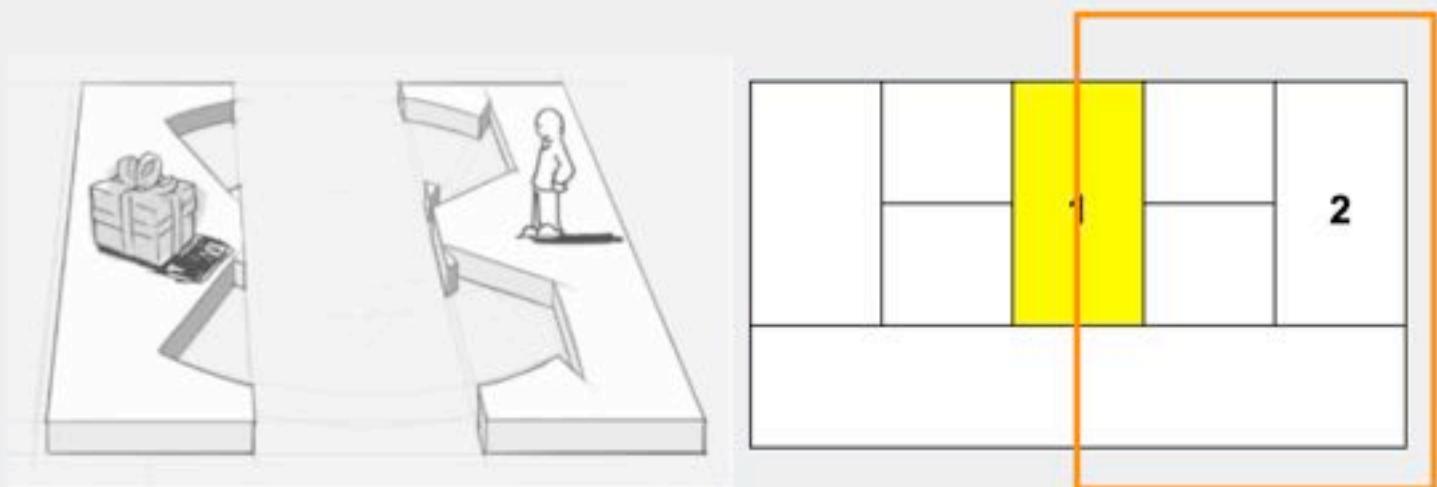


Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Il business model canvas per enti non profit



L'insieme delle attività, ma anche dei beni e dei servizi che creano valore per uno specifico segmento di *Stakeholders*. È il motivo per cui un soggetto di interessa alle attività e alla «vita» di un ente non profit/del Terzo Settore.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

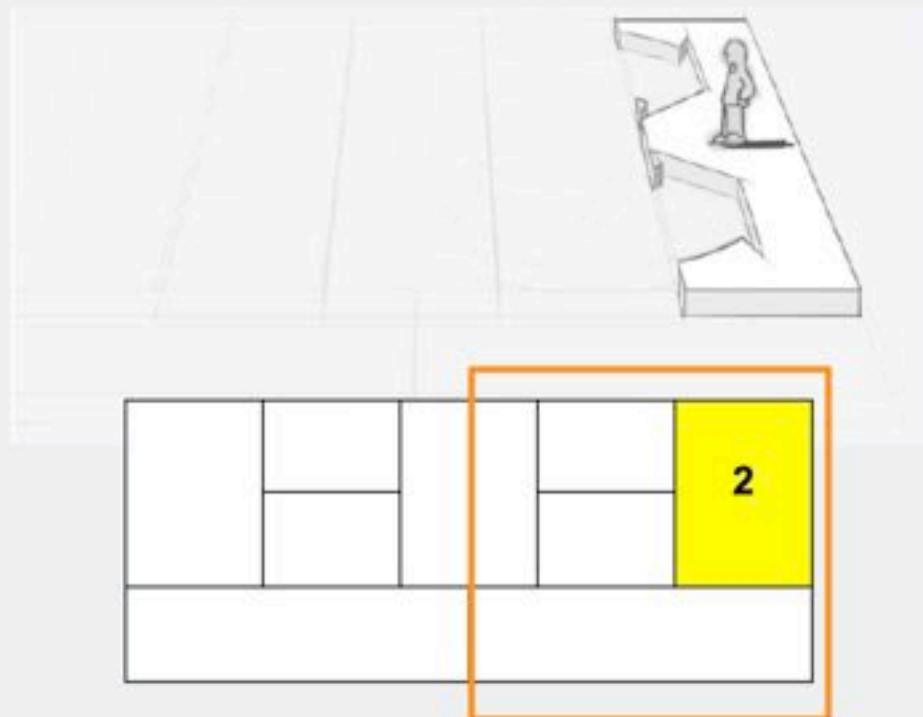
SOCIAL VALUE PROPOSITION



What programs and services do we deliver?
What problems or challenges are we trying to solve?
What value do we deliver to Stakeholders?
What's in it for our Stakeholders?

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Gli *Stakeholders* sono tutti coloro i quali hanno interesse nelle attività e nelle finalità di un non profit/del Terzo Settore. Non sono solo quelli a cui le attività sono rivolte, ma anche quelli che aiutano a creare e a implementare queste attività.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

STAKEHOLDERS



Who are our Stakeholders? For whom are we creating value? Who helps us create Outcomes or our Social Value Propositions?

Category 1

- Clients
- Constituencies
- Recipients

Category 2

- Volunteers
- Participants
- Collaborative Partnerships
- Advocacy

Category 3

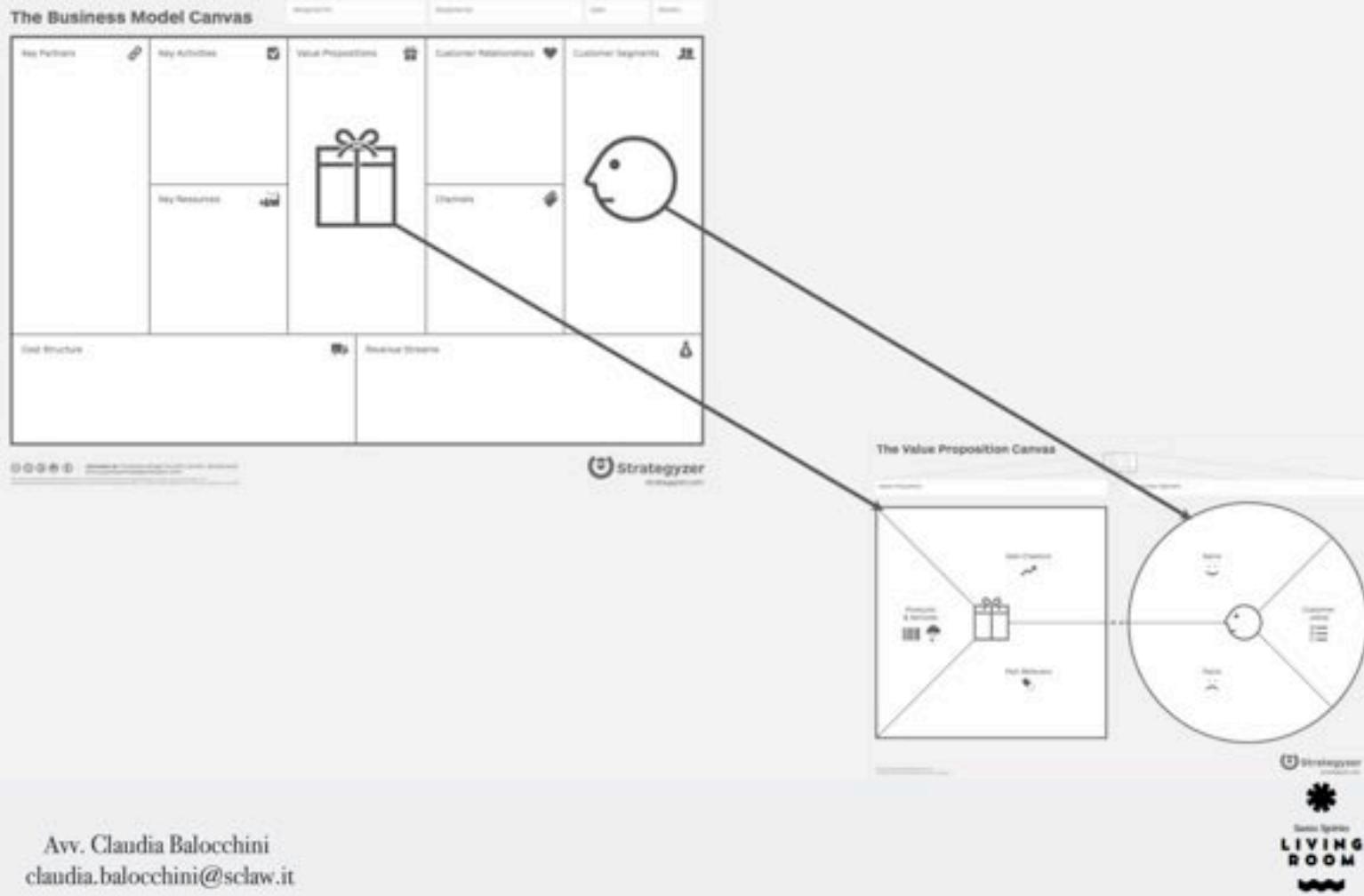
- Customers
- Members

Category 4

- High-End Donors
- Low-End Donors
- Philanthropists

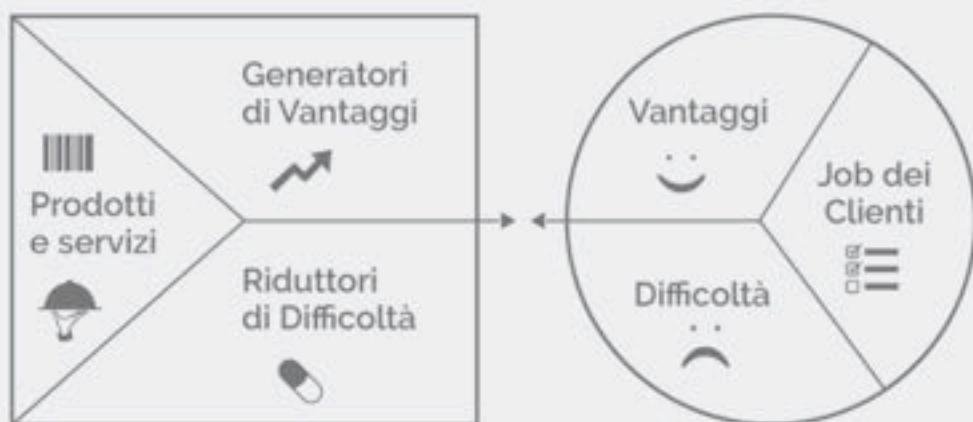
Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Quello che gli utenti cercano di svolgere nella loro vita.

Potrebbero essere le attività che stanno cercando di eseguire e completare, i problemi che stanno cercando di risolvere o le esigenze che stanno cercando di soddisfare.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

Jobs-to-be-done funzionali

quelli strettamente legati a compiti da svolgere e obiettivi da raggiungere

Jobs-to-be-done sociali

quelli legati a potere o status, come l'utente vuole
apparire agli occhi della società

Jobs-to-be-done personali/emozionali

quelli legati alla ricerca di uno stato emotivo specifico

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Il business model canvas per enti non profit

Quali compiti stanno cercando di svolgere gli *stakeholders* nella vita personale?

Quali problemi funzionali stanno cercando di risolvere?

Ci sono problemi che gli *stakeholders* hanno senza esserne a conoscenza?

Quali esigenze emotive stanno cercando di soddisfare? Quali compiti, se completati, darebbero allo *stakeholder* un senso di soddisfazione personale?

In che modo lo *stakeholder* vuole essere percepito dagli altri? Cosa può fare per aiutare se stesso a essere percepito in questo modo?

Come vuole sentirsi lo *stakeholder*? Cosa deve fare per sentirsi in questo modo?

Tenendo traccia delle interazioni dello *stakeholder* con un prodotto o servizio per tutta la sua durata, lo *stakeholder* cambia ruoli durante questo processo (da semplice fruitore a trasferente valore e/o a co-creatore)?

Il business model canvas per enti non profit



Le difficoltà descrivono tutto ciò che infastidisce gli *stakeholders* prima, durante e dopo aver svolto un job. Potrebbe trattarsi di costi e situazioni indesiderate, emozioni negative o rischi.

Le difficoltà possono essere funzionali (una soluzione non funziona), sociali (farò una brutta figura), emotivi (mi sento male ogni volta che lo faccio) o accessori (è fastidioso andare lì per questo).

Il business model canvas per enti non profit



I vantaggi descrivono i risultati positivi che gli *stakeholders* richiedono, si aspettano, desiderano o di cui sarebbero sorpresi.

Sono inclusi utilità funzionale, guadagni sociali, emozioni positive e risparmi sui costi.

Il business model canvas per enti non profit

Vantaggi richiesti
senza i quali una soluzione non funzionerebbe

Vantaggi attesi
vantaggi relativamente basilari che gli *stakeholders* si aspettano da una soluzione,
anche se potrebbe funzionare senza

Vantaggi desiderati
vantaggi che vanno oltre ciò che gli *stakeholders* si aspettano da una soluzione, ma
che vorrebbero avere se potessero (di solito si tratta di vantaggi che gli *stakeholders*
indicherebbero se domandato direttamente)

Vantaggi inaspettati
che vanno oltre le aspettative e i desideri degli *stakeholders*

Il business model canvas per enti non profit

Quali livelli di qualità si aspettano gli *stakeholders* e cosa desiderano di più o di meno?

In che modo le attuali proposte di valore soddisfano gli *stakeholders*?

Cosa renderebbe più facile la vita degli *stakeholders* risolvendo il loro problema?

Quali conseguenze sociali positive desiderano gli *stakeholders*? (Cosa li fa sembrare belli? Cosa aumenta il loro potere o status?)

Cosa cercano di più? Cosa sognano? Cosa aspirano a ottenere o quale sarebbe un grande sollievo per loro?

In che modo misurano il successo e il fallimento? Come valutano le prestazioni o i costi?

Il business model canvas per enti non profit



Programmi, progetti e attività, ma anche beni e servizi che aiutano gli *stakeholders* a risolvere i loro problemi e a svolgere un job funzionale, sociale o emotivo o che li aiuta a soddisfare i bisogni di base.

Non tutto ha la stessa importanza per gli *stakeholders*. Alcuni programmi, progetti, attività, beni o servizi sono fondamentali, altri sono semplicemente piacevoli da avere.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Come l'ente allevia specifiche difficoltà degli *stakeholders*
(come si intendono eliminare o ridurre alcuni fattori di impedimento agli utenti).

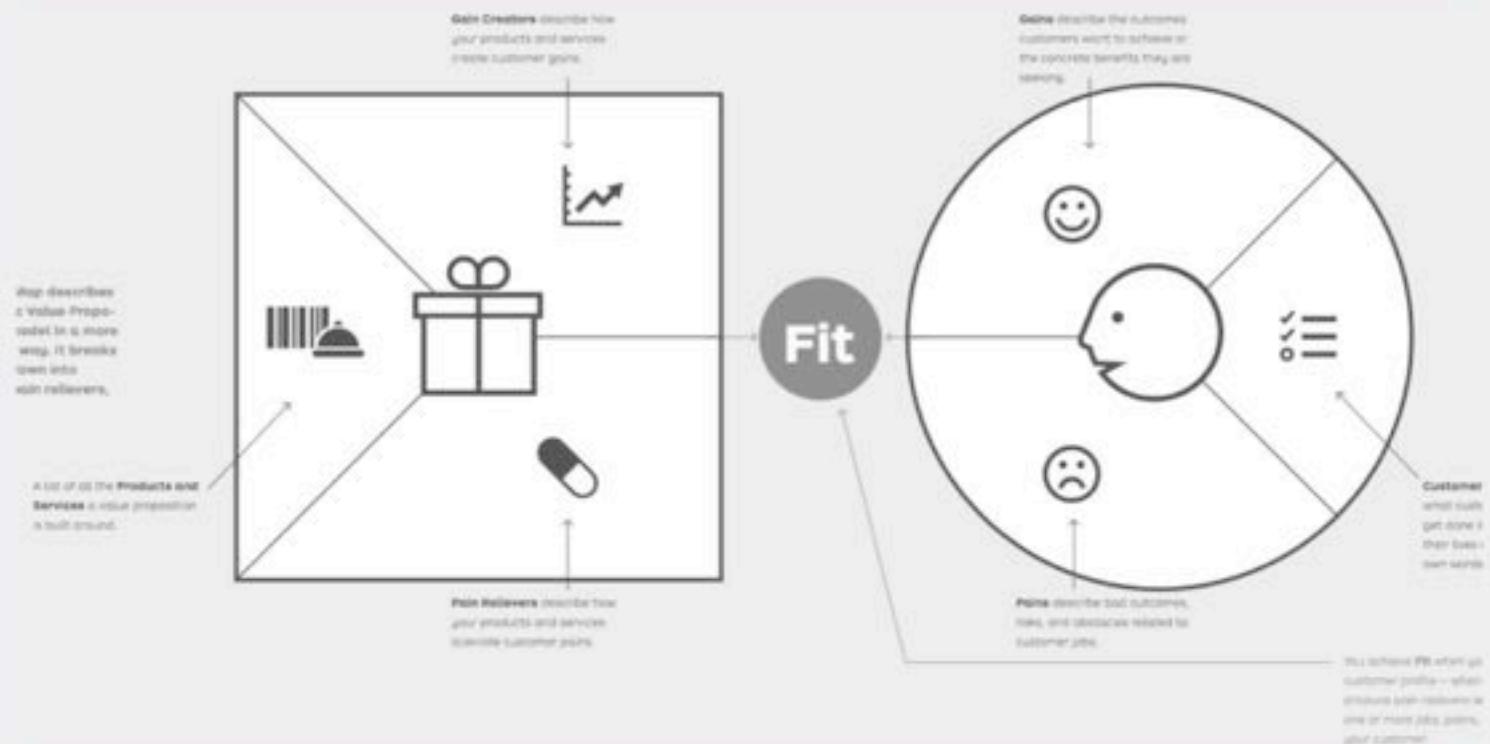
In che modo l'ente intende eliminare o ridurre alcuni dei problemi che infastidiscono gli *stakeholders* prima, mentre e dopo aver tentato di portare a termine un job?

Il business model canvas per enti non profit



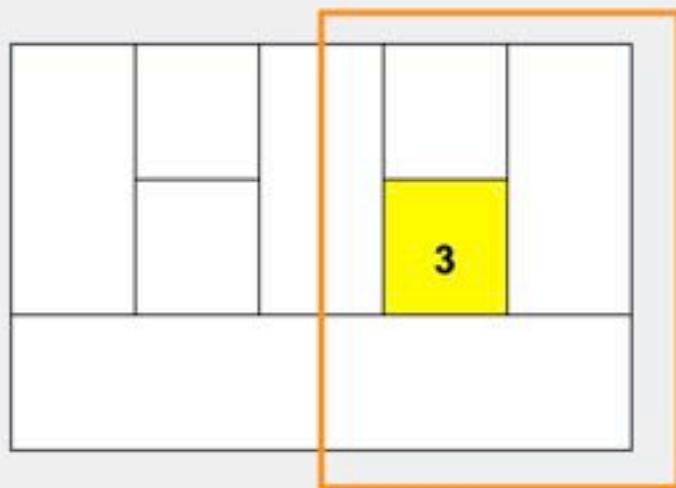
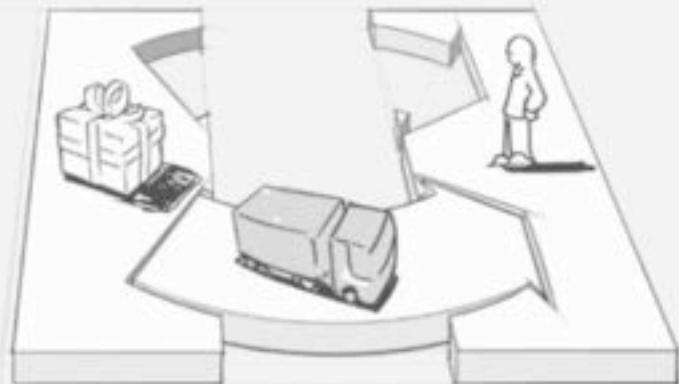
Come l'ente produce vantaggi per gli *stakeholders*
(come si intendono produrre risultati e benefici che gli utenti si aspettano,
desiderano o si sorprenderebbero ad ottenere)

Il business model canvas per enti non profit



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit



Il modo in cui un ente comunica con i propri *stakeholders* e li raggiunge per portare loro il valore offerto. I canali sono punti di contatto con gli *stakeholders* e giocano un ruolo importante nel cd. *engagement*.

Il business model canvas per enti non profit

CHANNELS

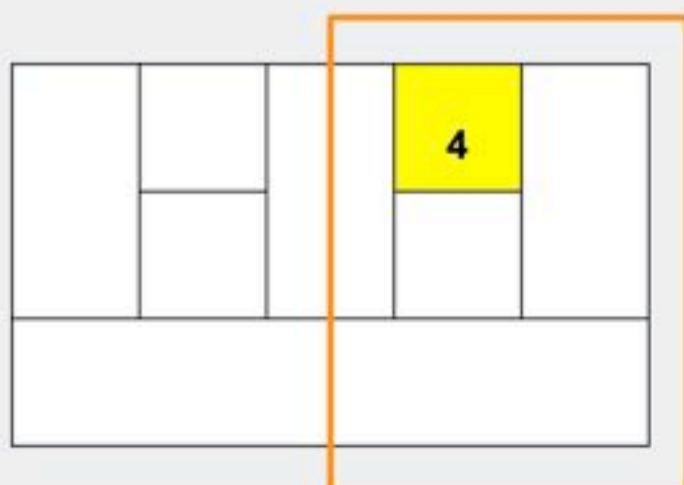


How do we reach Stakeholders? How do they want to be reached regarding the delivery of our Social Value Proposition? How do we provide ongoing communications, support, and awareness?

Examples

- Brick and mortar
- Online
- Mobile
- Purchase Touchpoints

Il business model canvas per enti non profit



Sono i tipi di relazioni che un ente con gli *stakeholders* o con uno specifico segmento di *stakeholders*. Le relazioni possono essere guidate dalle seguenti motivazioni: acquisizione di nuovi segmenti di *stakeholders*, fidelizzazione, incremento delle attività, creazione di nuovi progetti.

Il business model canvas per enti non profit

RELATIONS

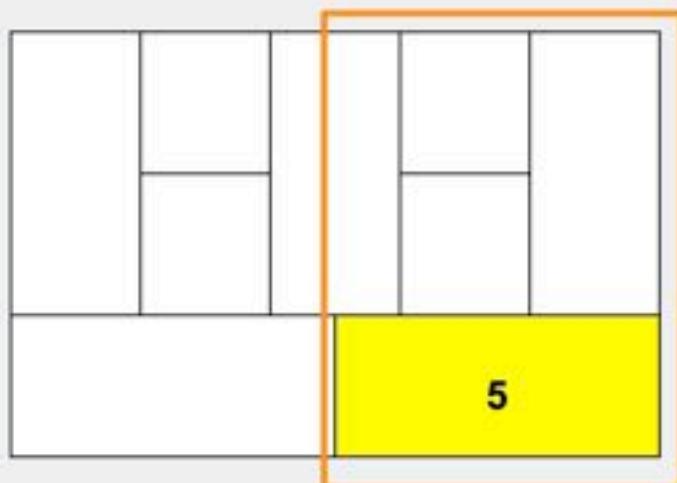
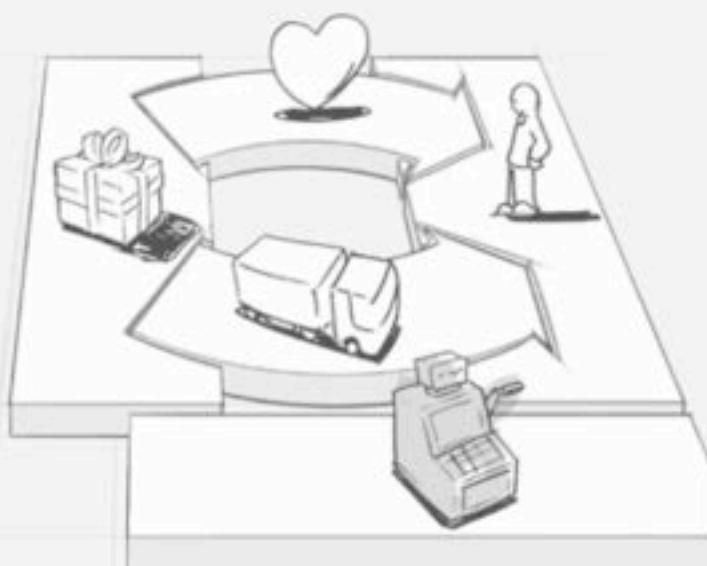


What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

Examples

- Community
- Co-creation
- Accountability
- Self-Service
- Direct Action
- Automated

Il business model canvas per enti non profit



Le risorse che un ente ricava da ciascun segmento di *stakeholders*.

Ci sono due tipologie di ritorno che si possono avere: 1) risorse materiali (denaro o beni o servizi) derivanti da pagamenti, donazioni, contributi, ecc.; 2) impatto sociale derivante dalla generazione di valore sociale creato dai programmi, dai progetti e dalle attività svolte dall'ente.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

VALUE CAPTURE

What value are Stakeholders truly willing to return or contribute? What routines and processes do they prefer? Mission-related milestones?

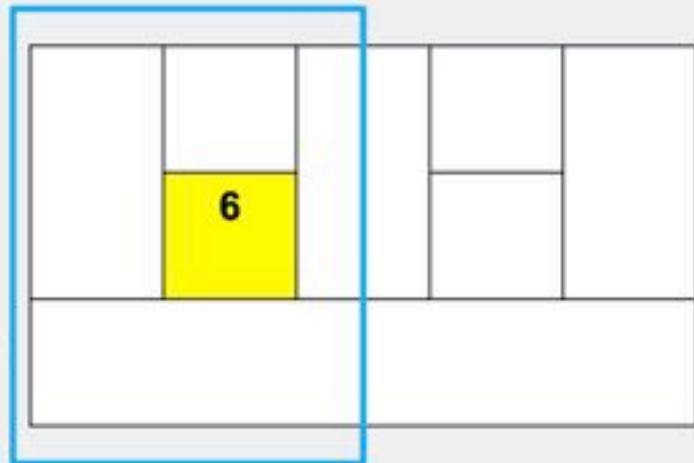
Financial Measures:

- Donations
- Grants
- Sales Proceeds
- One-time Transactions
- Recurring Transactions
- Other Revenue

Non-Financial Measures:

- Behavior Change
- Social Impact
- Mission-related Milestones/outcomes
- Membership Sign-ups
- Other metrics and KPIs
- Traffic
- Visitors

Il business model canvas per enti non profit



I beni più importanti e necessari perché il modello funzioni.

Le risorse chiave possono essere fisiche, finanziarie, intellettuali o umane; possono essere sia di proprietà dell'ente, noleggiate, in leasing o acquisite da partner strategici.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

KEY RESOURCES



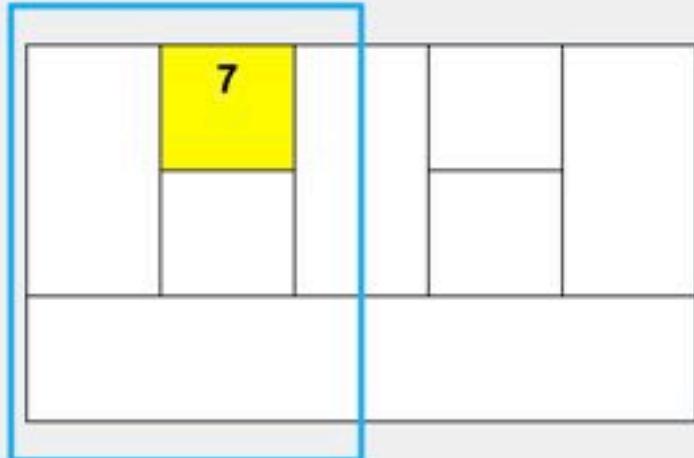
What Key Resources do our Social Value Propositions Require?

What other Key Resources are needed at the engagement level and the operations level?

Examples

- Physical
- Intellectual (brand patents, copyrights, data)
- Human
- Financial

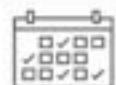
Il business model canvas per enti non profit



Sono le azioni più importanti che un'organizzazione deve compiere per operare con successo.

Il business model canvas per enti non profit

KEY ACTIVITIES



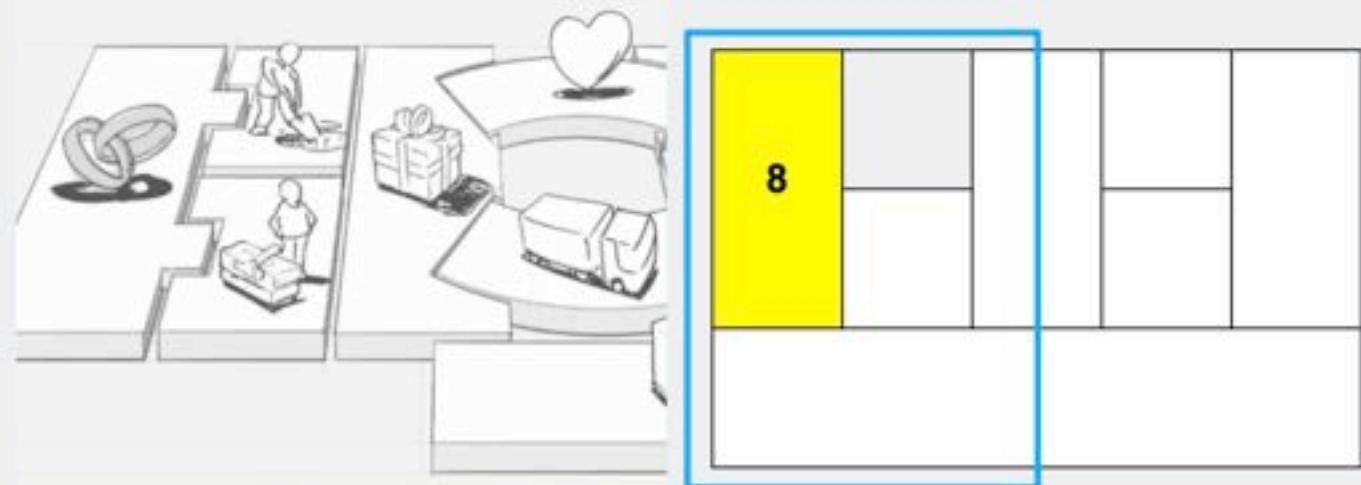
Which Key Activities do our Social Value Propositions require?

What activities are needed to sustain operations?

Categories

- Marketing
- Campaigns
- Events
- Production
- Development
- Training
- Networking
- Research
- Service Delivery

Il business model canvas per enti non profit



La rete di fornitori e partner che permette all'ente di funzionare.

Ci sono quattro diverse tipologie di partnership:

- alleanze strategiche tra non-concorrenti,
- competizione collaborativa,
- reti stabili per sviluppare nuovi programmi/progetti/attività,
- relazioni acquirente-fornitore per assicurarsi fornitori affidabili

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

KEY PARTNERS

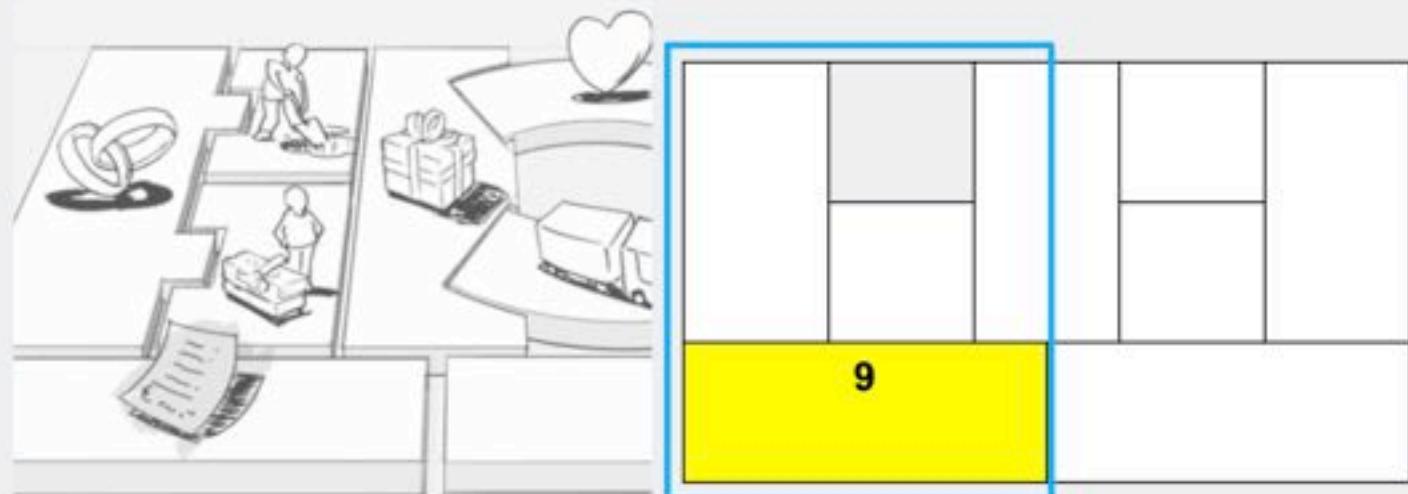


Who are our Key Partners and Key Suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do our partners perform?
Who will fund us?

Example Partnerships

- Strategic alliances between non-competitors
- Joint ventures to create new "x"
- Cause Marketing Alliances
- Advocacy Alliances
- Buyer-Supplier relationships to assure reliable supplies
- Low-end donors
- High-end donors
- Philanthropists

Il business model canvas per enti non profit



Tutti i costi che si devono sostenere per far funzionare un ente.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il business model canvas per enti non profit

COST STRUCTURE

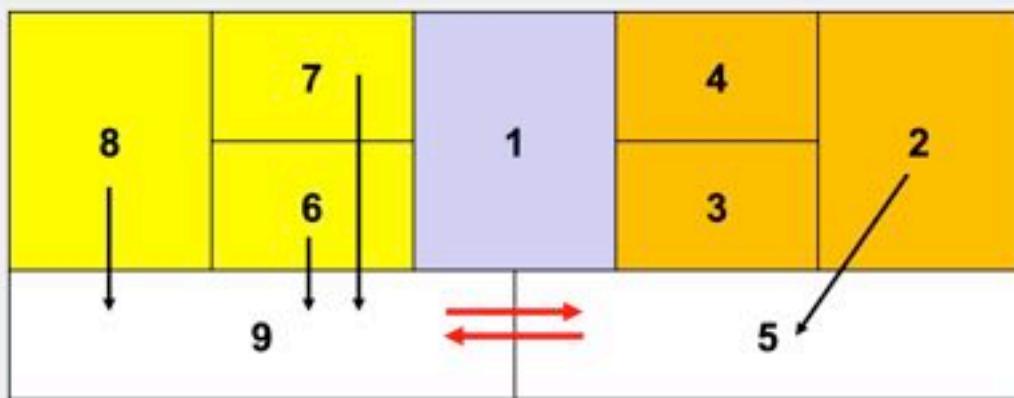
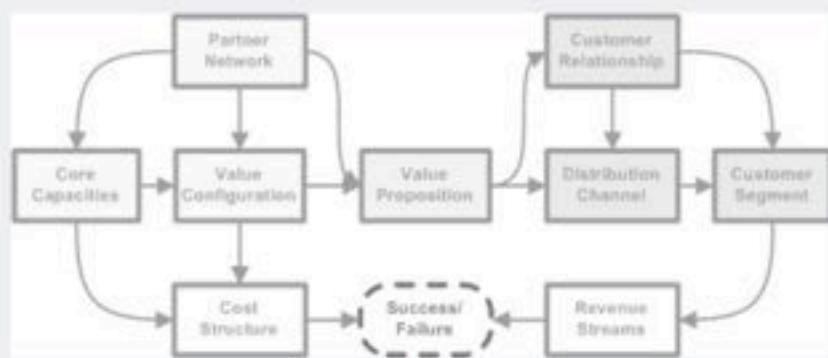
What does it really cost to run our nonprofit operations? What costs are inherent in our business model? Which Key Resources and Activities are the most expensive? What does it cost to run and maintain the Operations Level?

Examples

- Operational Expenditures
- Administrative Costs
- Overhead
- Capital Expenditures
- Fixed Costs
- Variable Costs
- Economies of Scale/Scope

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it





Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Le persone giuridiche: elementi essenziali



Il patrimonio

Destinazione allo scopo

Coerenza per il raggiungimento dello scopo

Autonomia patrimoniale (di fatto o formale)

Attenzione!
Devoluzione dei beni

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Le persone giuridiche: elementi essenziali

La governance

Organizzazione

Sistema come insieme di organi

Struttura decisionale



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Siamo Aperto
**LIVING
ROOM**

Le persone giuridiche: elementi essenziali



La responsabilità

Decisionale

Nei confronti dei creditori

Nei confronti di associati/soci/*stakeholders*

Accountability

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Scienze Speciali
**LIVING
ROOM**
www.livingroom.it

Le persone giuridiche: elementi essenziali

La gestione degli incarichi

Chiarezza e stabilità dei ruoli

Competenze

Allocazione delle risorse

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le persone giuridiche: elementi essenziali

Il *fundraising*

Eligibilità per bandi

Agevolazioni per donazioni

Affidabilità



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Riforma del Terzo Settore

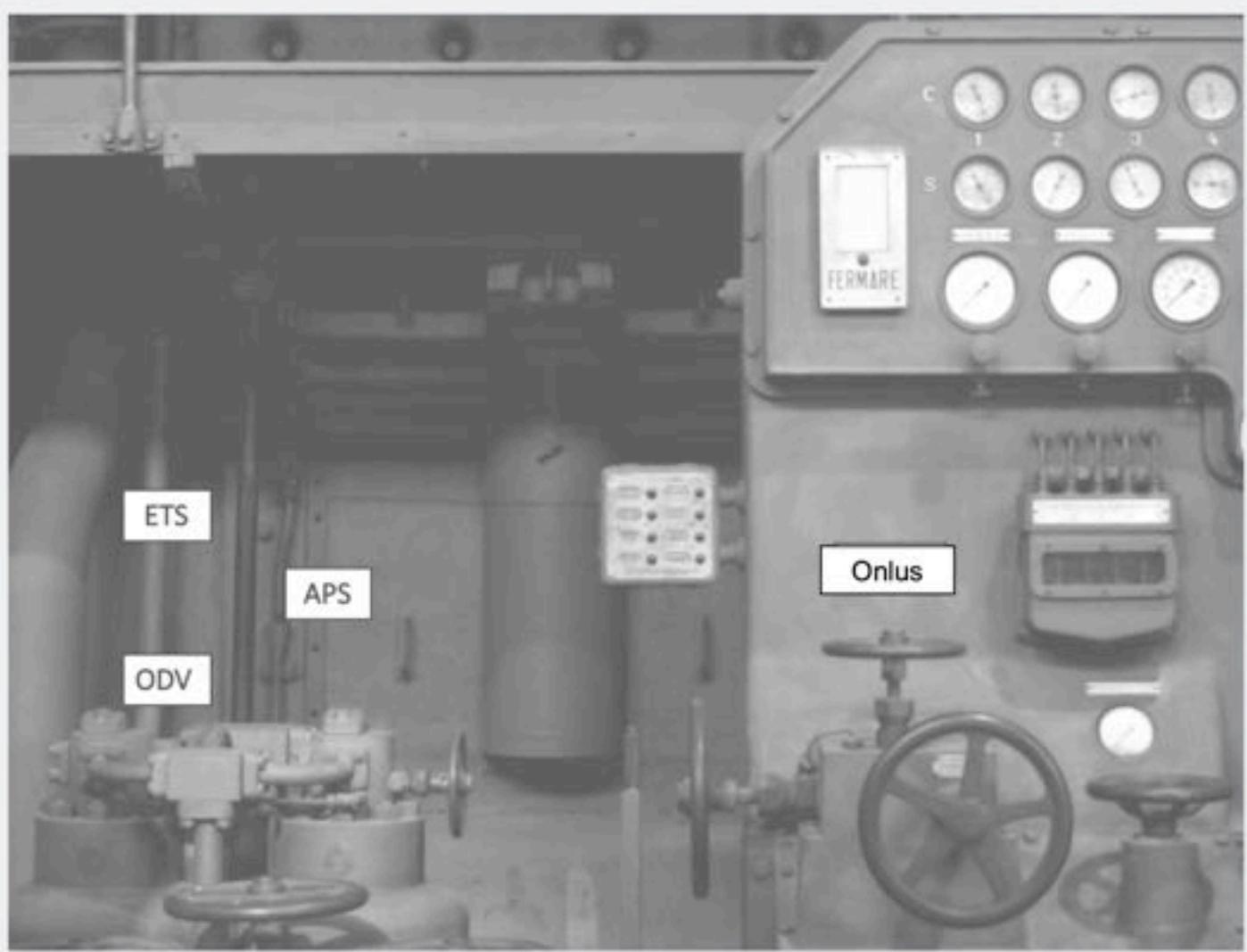
Impresa sociale

D. Lgs.
112/2017

**Il Codice del
Terzo Settore**

D. Lgs.
117/2017

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

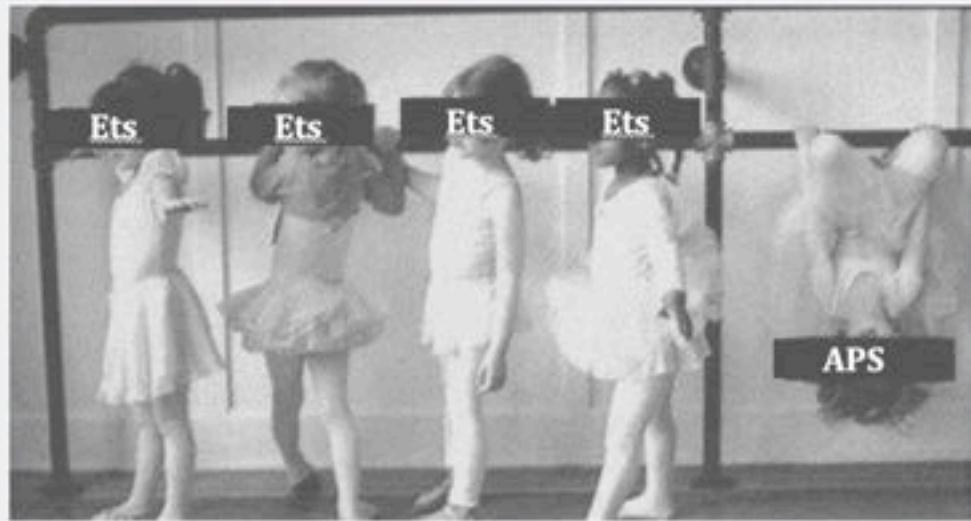
Le associazioni

- base democratica – associati, assemblea
- organo di amministrazione
- patrimonio destinato ad uno scopo comune
 - scopo anche idealistico
- associazione riconosciuta // associazione non riconosciuta
 - possibile devoluzione del patrimonio

*** APS - Associazione di promozione sociale**

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it





* numero minimo di associati (almeno 7 persone fisiche o 3 associazioni di promozione sociale)

* finalità e modalità di svolgimento delle attività (apporto prevalente dei volontari che determinano anche la percentuale di personale dipendente)

* assenza di limiti e discriminazioni nell'accesso e nella partecipazione alla vita associativa (non sono associazioni di promozione sociale i circoli privati e le associazioni comunque denominate che dispongono limitazioni con riferimento alle condizioni economiche e discriminazioni di qualsiasi natura in relazione all'ammissione degli associati o prevedono il diritto di trasferimento, a qualsiasi titolo, della quota associativa o che, infine, collegano, in qualsiasi forma, la partecipazione sociale alla titolarità di azioni o quote di natura patrimoniale), numero minimo di associati

* principi per la gestione del patrimonio, la raccolta di fondi, la destinazione, le modalità di erogazione delle risorse

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

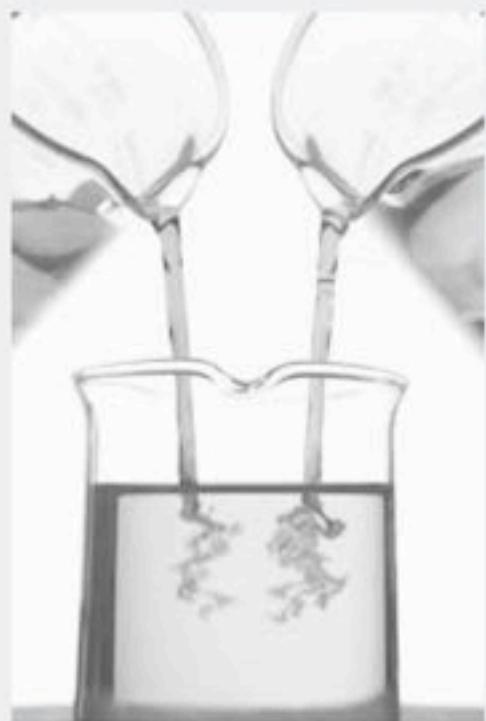
Le fondazioni

- elemento patrimoniale (non personale)
- consiglio di amministrazione
- fondo di dotazione e fondo di gestione
- scopo idealistico
- fondazione solo riconosciuta
- possibile devoluzione del patrimonio

***Fondazione di Partecipazione**

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it





La fondazione di partecipazione nasce dalla prassi ormai quasi 50 anni fa dall'unione di alcuni elementi associativi a quelli della fondazione disciplinata dal Codice civile.

Si connota per:

- la possibilità di adesione di nuovi partecipanti all'ente nel corso della sua esistenza;
- la previsione di meccanismi finalizzati a un incremento progressivo del patrimonio, anche attraverso apporti successivi a quello iniziale;
- ferma la centralità del momento gestionale dell'ente, il coinvolgimento attivo dei partecipanti nella sua amministrazione, per lo più attraverso la partecipazione a un organo para-assembleare.

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Le società

società di persone // società di capitali

- base azionaria o per quote – soci, assemblea
- consiglio di amministrazione
- organo di controllo
- patrimonio societario
- scopo economico
- estinzione

*** Società benefit**

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it





Una **Società benefit** è una società tradizionale con obblighi modificati che impegnano il management e gli azionisti a standard più elevati di scopo, responsabilità e trasparenza.

Nello specifico:

- si impegnano a creare un impatto positivo sulla società e l'ambiente;
- si impegnano a considerare l'impatto dell'impresa sulla società e l'ambiente, al fine di creare valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli *stakeholders*;
- sono tenute a comunicare annualmente e riportare secondo standard di terze parti i risultati conseguiti, i loro progressi e gli impegni futuri verso il raggiungimento di impatto sociale e ambientale, sia verso gli azionisti che verso il grande pubblico.

Le società cooperative

a mutualità prevalente // diverse

- base ad azionariato comune – soci cooperatori, assemblea
 - consiglio di amministrazione
 - organo di controllo
- patrimonio – conferimento dei soci cooperatori
 - scopo mutualistico
 - estinzione

***Società cooperativa sociale**

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Le società cooperative sociali nascono con lo scopo di perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini.

Le cooperative sociali si distinguono in due tipologie fondamentali:

- le società cooperative sociali **di tipo A** gestiscono servizi socio-sanitari e educativi, cioè servizi sociali (centri di aggregazione per ragazzi, centri sociali per anziani, centri rieducativi per malati psichici, case alloggio, case famiglia, ecc.), sanitari (strutture sanitarie, assistenza domiciliare ad anziani ecc.) e educativi (centri educativi per ragazzi, ludoteche, animazione di strada, formazione per operatori sociali, ecc.), sia direttamente, sia in convenzione con enti pubblici

- le società cooperative sociali **di tipo B** svolgono attività produttive finalizzate all'inserimento nel mondo del lavoro dei cosiddetti soggetti svantaggiati (fisici e psichici, ragazze madri, ex detenuti, ex tossicodipendenti, ecc.). Le cooperative sociali di tipo B possono svolgere qualsiasi attività di impresa - agricola, industriale, artigianale, commerciale e di servizi - con la specificità di destinare una parte dei posti di lavoro così creati (almeno il 30%) a persone svantaggiate, altrimenti escluse dal mercato del lavoro.

Le imprese sociali

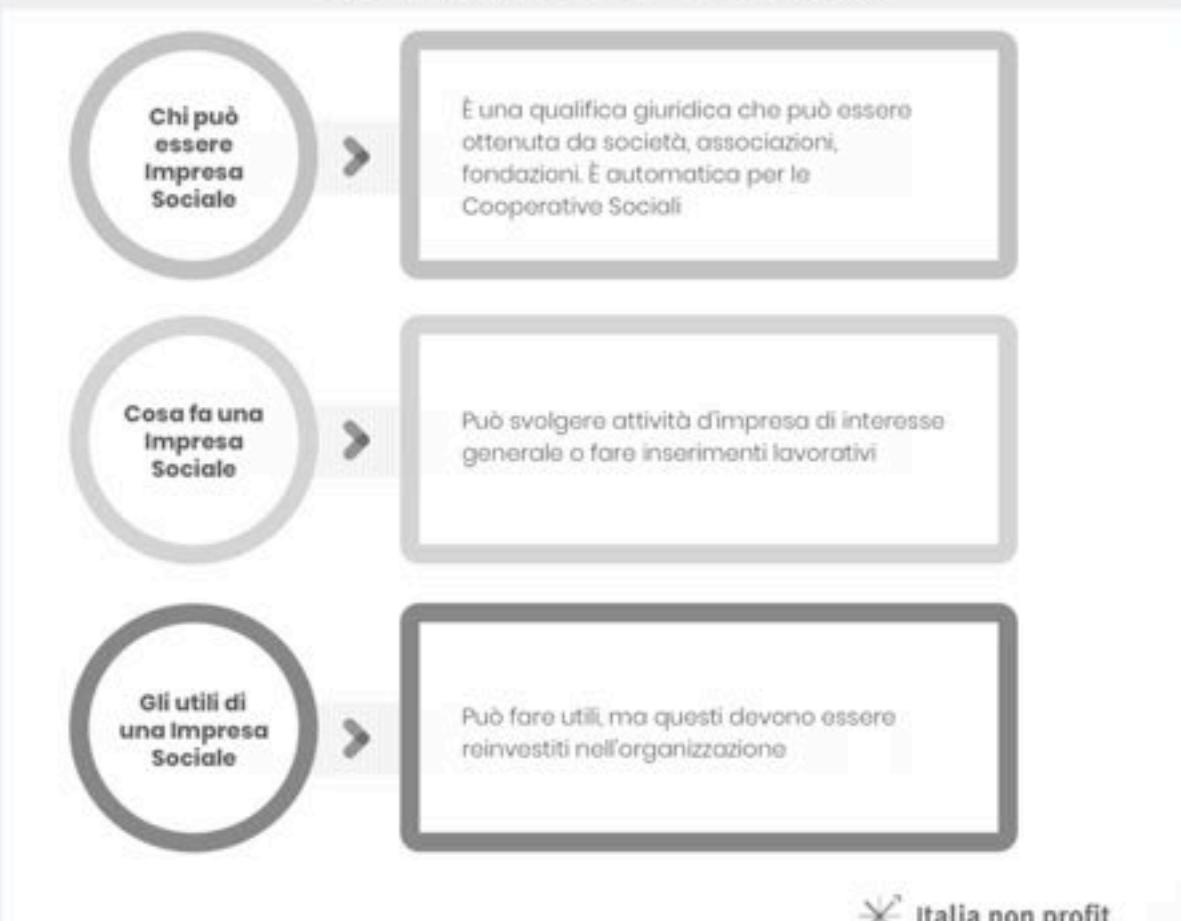
Tutti gli enti privati, incluse le società, che esercitano in via stabile e principale un'attività d'impresa di interesse generale, senza scopo di lucro e per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, adottando modalità di gestione responsabili e trasparenti e favorendo il più ampio coinvolgimento dei lavoratori, degli utenti e di altri soggetti interessati alle loro attività.

Gli utili e gli avanzi di gestione

- non possono essere ridistribuiti tra i membri dell'impresa,
- devono essere diretti al perseguimento dei fini propri di utilità sociale o ad incremento del patrimonio,
- ne è vietata la distribuzione, anche in forma indiretta, in favore di amministratori, soci, partecipanti, lavoratori o collaboratori.

I ricavi delle attività di utilità sociale devono essere superiori al 70% dei ricavi complessivi.

Le imprese sociali



Italia non profit

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



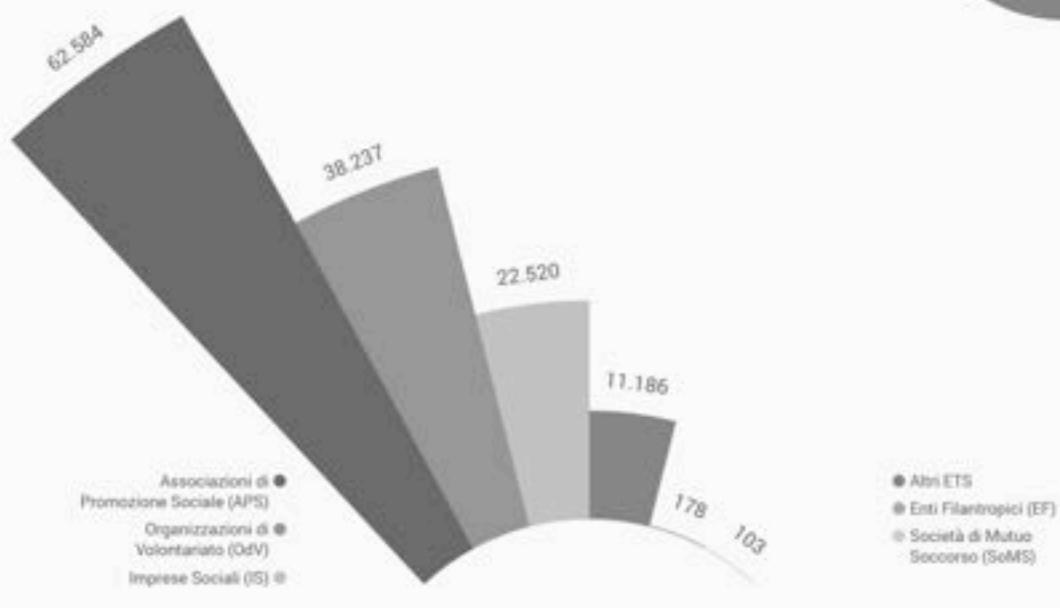
ETS registrati al RUNTS

Valori assoluti

134.815

- Associazioni di Promozione Sociale (46,4%)
- Organizzazioni di Volontariato (28,4%)
- Imprese Sociali (16,7%)
- Altri ETS (8,3%)
- Enti Filantropici (0,1%)
- Società di Mutuo Soccorso (0,1%)

Percorsi di
Secondo Welfare



Verso una nuova leadership del Terzo settore 9

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Distribuzione territoriale degli ETS

Valori percentuali e assoluti

- nel **94,2%** dei Comuni (7.437) è presente almeno un ETS
- media: **41,9** ETS/Comune
- mediana: **14** ETS/Comune
- concentrazione EF in Lombardia e Piemonte (56,2%)
- radicamento SoMS in Piemonte e Sicilia (67%)



Regione	n. ETS
Lombardia	18.535
Lazio	13.750
Emilia-Romagna	11.170
Toscana	10.836
Sicilia	10.289
Campania	10.271
Piemonte	10.202
Veneto	9.719
Puglia	8.397
Calabria	4.571
Trentino-Alto Adige	4.461
Marche	4.027
Sardegna	3.728
Abruzzo	3.251
Liguria	3.198
Friuli-Venezia Giulia	3.078
Umbria	2.708
Basilicata	1.530
Molise	845
Valle d'Aosta	249

■ Percorsi di
Secondo Welfare

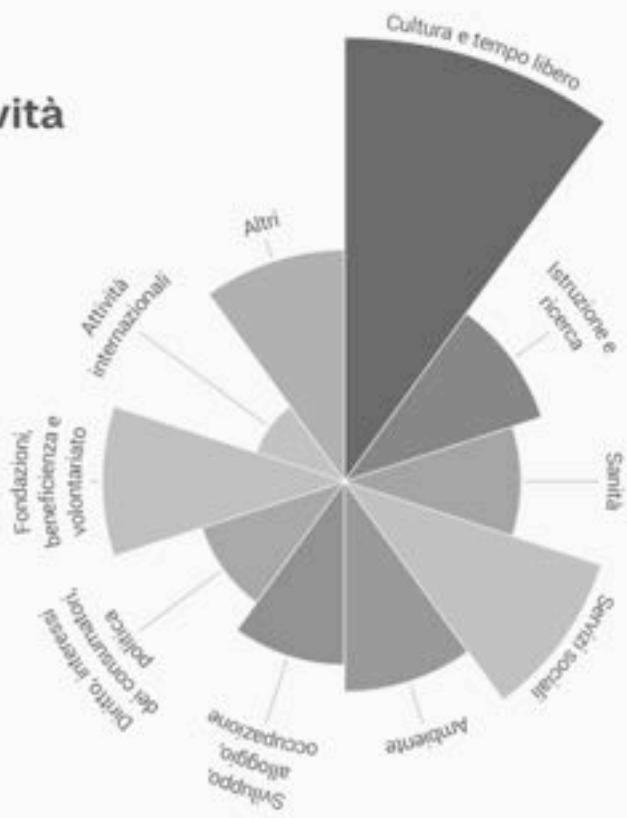
Verso una nuova leadership del Terzo settore 38

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Ambiti di attività degli ETS

Classificazione ICNPO*, valori assoluti.

Ogni ETS può dichiarare più di una attività.



Classificazione ICNPO*	n. ETS
Cultura e tempo libero	60.960
Servizi sociali	22.577
Fondazioni, beneficenza e volontariato	18.169
Ambiente	13.664
Istruzione e ricerca	13.324
Sviluppo, alloggio ed occupazione	10.388
Sanità	9.646
Diritti, interessi dei consumatori, politica	6.933
Attività internazionali	2.624
Altri	16.520

* La classificazione ICNPO (International Classification of Non-Profit Organizations) è un sistema proposto dall'ONU per categorizzare e rendere confrontabili le attività svolte dalle organizzazioni non profit a livello internazionale.

Percorsi di
Secondo Welfare

Verso una nuova leadership del Terzo settore ::

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

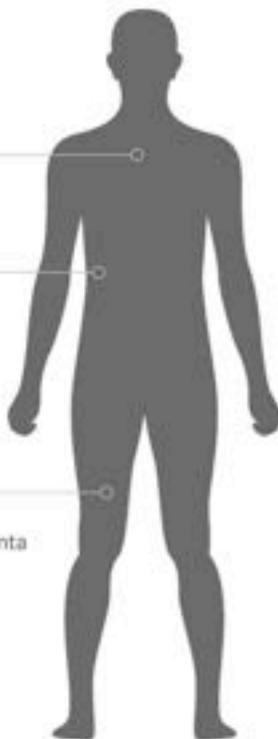
Identikit del/la legale rappresentante

- i legali rappresentanti **maschi** sono la maggioranza
- le legali rappresentanti **femmine** sono mediamente **più giovani** (media 55 anni)
- nella maggior parte dei casi il/la legale rappresentante proviene dalla stessa provincia in cui è registrato l'ETS che rappresenta
→ questa quota è massima nelle Isole (77%) e inferiore, ma comunque maggioritaria, al Centro e nel Nord-Ovest (63%)

 Percorsi di
Secondo Welfare

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Età media	58 anni
Genere	ETS che hanno almeno una rappresentante legale femmina: 29,7%
Provenienza	65% originario della stessa provincia dell'ETS che rappresenta



Verso una nuova leadership del Terzo settore 12

ETS guidati da under 35

Valori percentuali su base regionale

9.602

- Italia: **7,1%**
- incidenza percentuale maggiore nelle regioni meridionali, in Valle d'Aosta e in Trentino-Alto Adige

 Percorsi di
Secondo Welfare

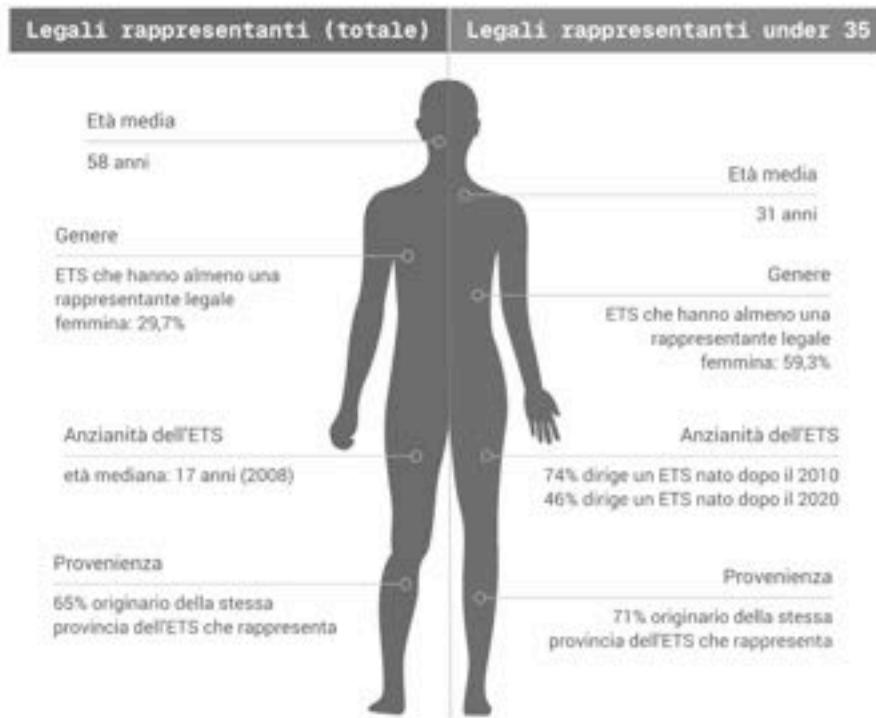
Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it



Verso una nuova leadership del Terzo settore 14

Legali rappresentanti a confronto

- forte correlazione tra **recente costituzione** e presenza di legali rappresentanti under 35
- **il radicamento territoriale** delle persone under 35 è relativamente più elevato, specialmente nelle regioni del Sud, nelle Isole e in Valle d'Aosta e Trentino-Alto Adige



Percorsi di
Secondo Welfare

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Verso una nuova leadership del Terzo settore 17

Osservazioni e spunti

Che cosa emerge dall'indagine?

1

Gli ETS guidati da under 35 hanno una leadership più equilibrata dal punto di vista del genere e più radicata nel proprio territorio di origine

Questo è vero, in particolare, per le regioni del Sud, per la Valle d'Aosta e il Trentino-Alto Adige: si tratta dei territori che registrano anche la maggior incidenza di ETS guidati da under 35.

2

L'ingresso delle nuove generazioni di leader nel Terzo settore sembra avvenire prevalentemente attraverso nuove iniziative

...piuttosto che attraverso il ricambio generazionale all'interno di organizzazioni già consolidate.

3

Mancano i dati

Per conoscere meglio la governance allargata degli ETS; per comprendere meglio se, come e quando avviene il ricambio generazionale all'interno degli ETS; per capire quali sono gli ostacoli alla partecipazione giovanile alla governance del Terzo settore.

Le reti

Contratto
di rete

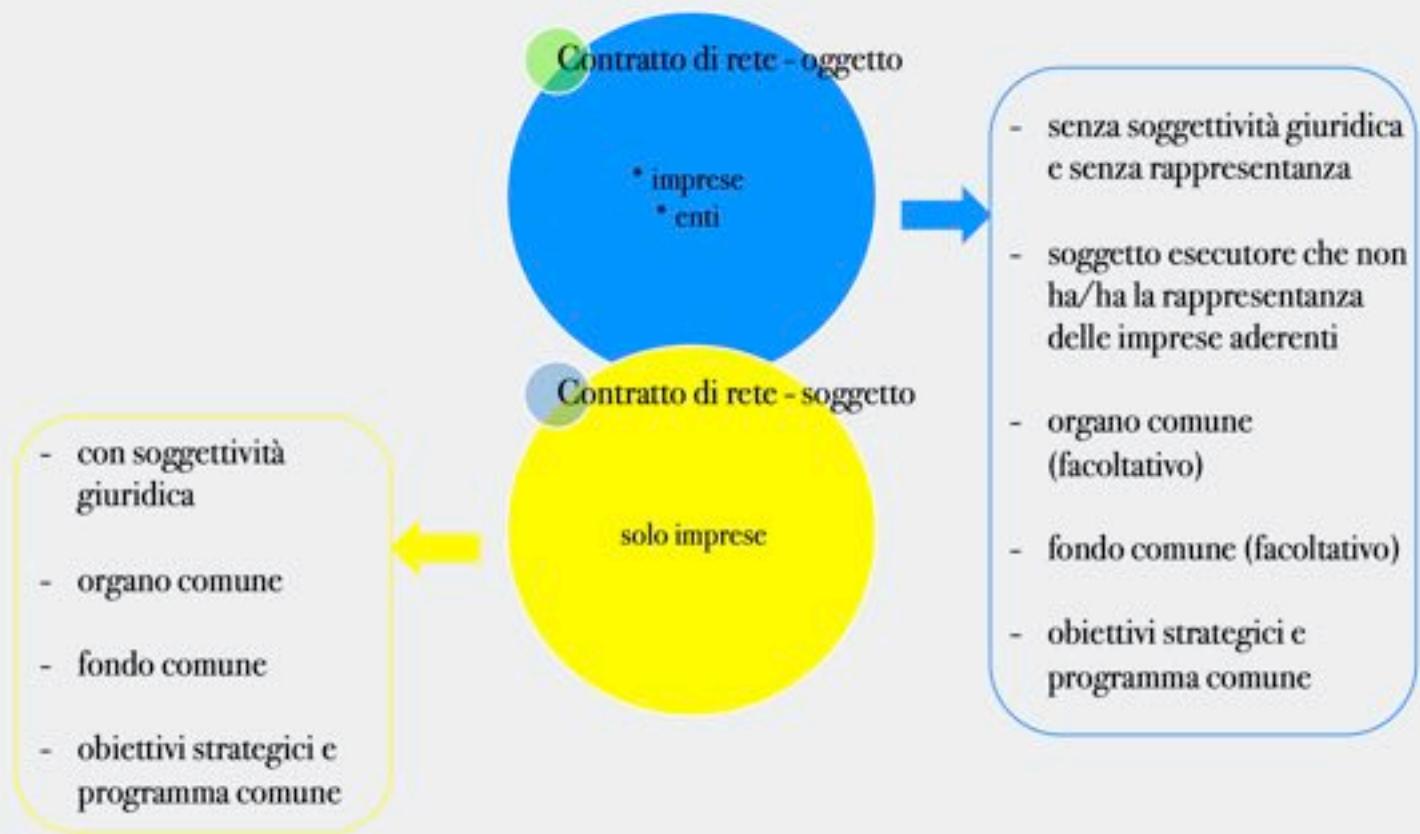
ATI –
Associazione
temporanea di
imprese

ATS –
Associazione
temporanea di
scopo

Convenzione di
progetto

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it

Il contratto di rete



Associazioni temporanee

- raggruppamento di imprese iscritte alla CCIAA

ATI

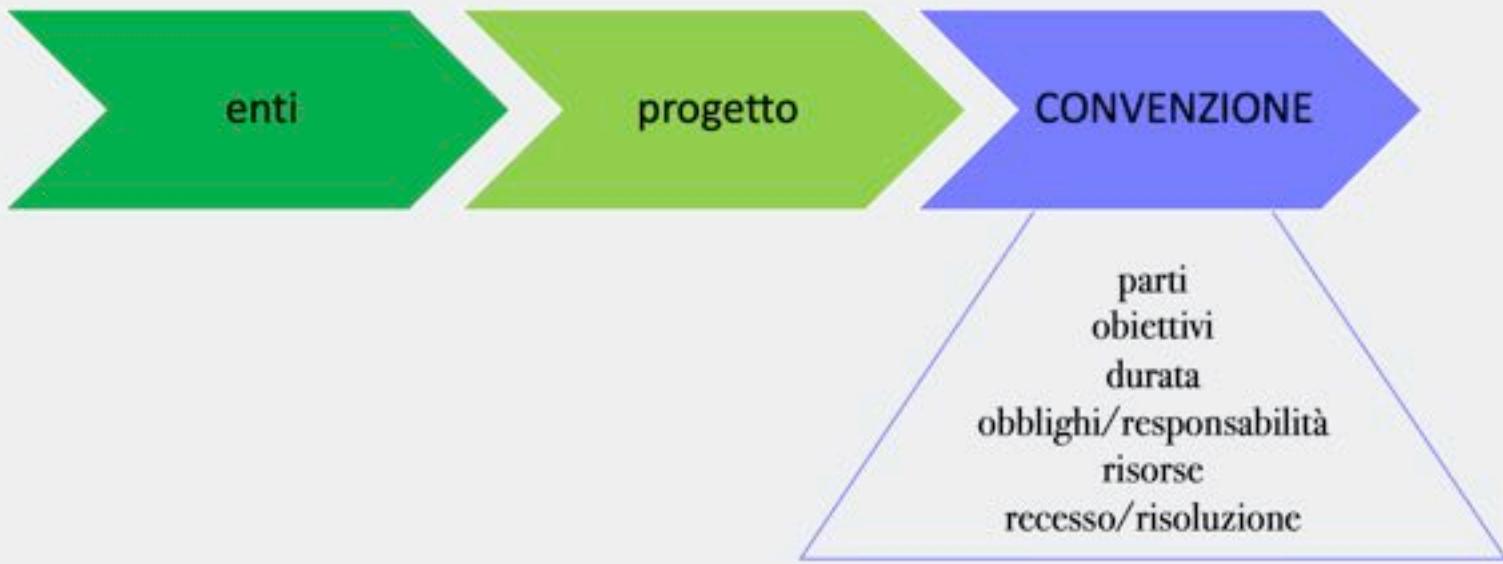
- realizzazione di un progetto specifico
- impresa capogruppo, detta mandataria
- responsabilità solidale

- coordinamento tra enti

ATS

- realizzazione di un progetto specifico
- rappresentanza
- responsabilità solidale

Convenzioni di progetto



Grazie per l'attenzione

Restiamo in contatto!

Avv. Claudia Balocchini
claudia.balocchini@sclaw.it