

LE NUOVE FORME DELL'IMPRENDITORIALITÀ SOCIALE

Capitolo quattordicesimo

L'impresa sociale in Italia: una quantificazione del fenomeno

Stefano Cima

14.1. Il nonprofit e l'impresa sociale: questioni definitorie	345
14.1.1. Un riepilogo del dibattito recente	345
14.1.2. Una definizione operativa di impresa sociale	350
14.2. Dal settore nonprofit all'impresa sociale	351
14.2.1. L'universo di partenza: il nonprofit italiano	351
14.3. L'applicazione dei criteri definitori	354
14.3.1. Continuità e professionalizzazione	355
14.3.2. Orientamento <i>market</i>	357
14.3.3. Produzione di beni e servizi	359
14.3.4. Pubblica utilità	361
14.3.5. Socialità dei fini	361
14.3.6. Democraticità	363
14.4. Il profilo dell'impresa sociale	365
14.5. Conclusioni	369

Capitolo quindicesimo

Le condizioni di sviluppo delle imprese sociali nelle regioni del Centro-Nord

Carlo Borzaga e Mariangela Mongera

Introduzione	373
15.1. Metodologia e sviluppo della ricerca	374
15.2. Il campione	374
15.3. Le imprese sociali tra pubblico e privato	376
15.3.1. Il presente: le caratteristiche generali del campione	376
15.3.2. Il passato: perché nascono le imprese sociali?	377
15.3.3. Caratteristiche ed evoluzione dei modelli proprietari	380
15.4. Il futuro: <i>mission</i> e prospettive	387
15.5. Le imprese sociali tra tradizione e innovazione	392
15.5.1. L'innovazione nell'offerta di beni e servizi	392
15.5.2. La funzione distributiva	396
15.5.3. I finanziamenti allo <i>start-up</i>	400
15.6. Conclusioni	405