

PERIODICO D'INFORMAZIONE..



Anno 2016 – n°2



Progetto co-finanziato
dall'Unione Europea

Sfide comuni, obiettivi condivisi

www.projet-courage.eu



Città di Alcamo



REGIONE SICILIANA



ASP
TRAPANI
Azienda Sanitaria Provinciale



pro loco
Sviluppo del territorio

L'impresa sociale: norme, caratteristiche e prospettive

In quasi tutti i Paesi industrializzati è in atto una significativa crescita del "terzo settore", ossia di tutte quelle iniziative sociali ed economiche che non appartengono né al settore privato for-profit, né al settore pubblico. Tali iniziative si sviluppano spesso a partire da organizzazioni di volontariato, e possono assumere diverse forme giuridiche. Per molti versi esse rappresentano una nuova (o una rinnovata) espressione della società civile, in una fase di crisi dell'economia, indebolimento dei legami sociali e crescenti difficoltà dei sistemi pubblici di welfare. Il terzo settore, spesso definito "settore non profit" o "economia sociale", è cresciuto di importanza sino ad assumere un ruolo di spicco nella partnership con le pubbliche amministrazioni. Partecipa all'allocazione delle risorse producendo beni e servizi pubblici e quasi-pubblici. Esercita una funzione redistributiva erogando un'ampia gamma di servizi (a titolo gratuito, o virtualmente gratuito) a soggetti svantaggiati, grazie anche ai contributi di tipo volontario (in termini di donazioni o di lavoro volontario) che molte organizzazioni sono in grado di attivare. Non da ultimo, partecipa alla regolamentazione della vita economica, quando - per esempio - le associazioni o le cooperative sociali sono partner della pubblica amministrazione nel reinserimento lavorativo di persone disoccupate e debolmente qualificate, a rischio di esclusione dal mercato del lavoro.

La necessità di una normativa specifica sull'impresa sociale è venuta maturando a partire dall'inizio degli anni '90, dopo l'approvazione della legge sul volontariato (legge 11 agosto 1991, n. 266) e, soprattutto, di quella sulla cooperazione sociale (legge 8 novembre 1991, n. 381). Chi operava nel settore dei servizi di utilità sociale si è progressivamente reso conto che le forme giuridiche disponibili non erano in grado di accompagnare, in modo adeguato, l'evoluzione di un numero crescente di organizzazioni di terzo settore verso un sempre più esplicito ruolo produttivo e verso modalità di gestione sempre più imprenditoriali.

L'esigenza di una legge sull'impresa sociale non è nata quindi dall'assenza di forme giuridiche con cui organizzare la produzione e l'erogazione di servizi sociali (sia l'associazione che, soprattutto, la cooperativa sociale possono essere usate a questo fine), ma proprio dall'esperienza maturata gestendo le tipologie organizzative esistenti, dal loro successo e, soprattutto, dalla presa d'atto dei loro limiti. In Particolare, le forme giuridiche della fondazione e soprattutto dell'associazione e della cooperativa sociale: a) non consentono di ampliare con la necessaria facilità gli ambiti di intervento a servizi di utilità sociale diversi da quelli socio-assistenziali e di inserimento lavorativo, b) pongono seri limiti alla crescita dimensionale, poiché si connotano come società di persone o hanno sistemi di governance inadeguati, c) impediscono e comunque non facilitano il rafforzamento patrimoniale e quindi rallentano l'acquisizione di una piena autonomia.

Nel corso degli ultimi anni - come fa rilevare Carlo Borzaga - l'esigenza di ampliare e meglio definire le forme di imprenditorialità sociale si è venuta rafforzando con il crescere della consapevolezza che l'evoluzione economica, sociale e istituzionale, in particolare il rallentamento dell'espansione dell'intervento pubblico, e la crescente sensibilità per le tematiche sociali e ambientali, richiedevano la creazione di forme organizzative, anche di carattere imprenditoriale, che consentissero ai cittadini interessati a impegnarsi direttamente in queste attività e di poterlo fare nel modo più efficiente possibile. Di qui la crescente insistenza per il riconoscimento legislativo e la regolamentazione di un nuovo genere di impresa, rivolta non più solo a realizzare un profitto per i proprietari, bensì a permettere ai privati cittadini di perseguire in modo organizzato obiettivi di interesse collettivo.

NOZIONE GIURIDICA DI STARTUP INNOVATIVA A VOCAZIONE SOCIALE

Fonte: Ministero dello sviluppo economico Segreteria tecnica del Ministro – Guida per startup innovative a vocazione sociale alla redazione del “Documento di Descrizione dell’Impatto Sociale”

Decreto-Legge 179/2012, convertito con Legge 221/2012, ha introdotto nell’ordinamento giuridico italiano la nozione di nuova impresa innovativa ad alto valore tecnologico, la startup innovativa. Tracciando i requisiti identificativi di questa tipologia aziendale, ha disposto a suo favore una vasta gamma di misure di vantaggio, che si articolano in agevolazioni di natura fiscale, una disciplina flessibile per la gestione societaria e dei rapporti di lavoro, strumenti su misura volti a favorire l’accesso al credito e la raccolta di capitali e altre misure descritte in questa scheda di sintesi. La definizione di startup innovativa non prevede vincoli di natura anagrafica in capo alla compagine societaria, né limitazioni legate al settore di attività, perché l’obiettivo ultimo del provvedimento è la promozione dell’innovazione tecnologica in ogni ramo economico. L’unica differenziazione prevista dal Decreto-Legge riguarda le startup innovative “a vocazione sociale” (d’ora in avanti “SIAVS”). Secondo l’art. 25, comma 4, le SIAVS possiedono gli stessi requisiti posti in capo alle altre startup innovative¹, ma operano in alcuni settori specifici che l’articolo 2, comma 1, del Decreto Legislativo 155/2006 sull’impresa sociale, considera di particolare valore sociale.

I settori individuati da tale provvedimento sono:

- 1) assistenza sociale;
1. assistenza sanitaria;
2. educazione, istruzione e formazione;
3. tutela dell’ambiente e dell’ecosistema;
4. valorizzazione del patrimonio culturale;
5. turismo sociale;
6. formazione universitaria e post-universitaria;
7. ricerca ed erogazione di servizi culturali;
8. formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo;
9. servizi strumentali alle imprese sociali, resi da enti composti in misura superiore al settanta per cento da organizzazioni che esercitano un’impresa sociale².

Perseguendo in misura significativa, accanto a una logica di business, finalità legate al benessere della collettività, le SIAVS possono risultare meno “attraenti” sul mercato, determinando un ritorno sugli investimenti inferiore rispetto a quello generato da altre imprese: per correggere questa asimmetria, l’art. 29 del Decreto-Legge 179/2012 ha assegnato dei benefici fiscali maggiorati a favore degli operatori che investono in questa particolare tipologia di startup innovativa. In particolare, alle persone fisiche e giuridiche che investono in SIAVS sono riconosciute rispettivamente detrazioni IRPEF del 25% e deduzioni IRES del 27%, mentre queste aliquote si attestano al 19% e al 20% per gli investimenti nelle altre startup innovative.

Le Opportunità....

... per i Cittadini e le Imprese

Fonte: FONDAZIONE CON IL SUD – Bando Comunicare e Bene

IL BANDO SCADA L'8 APRILE. A DISPOSIZIONE 50 MILA EURO.

Attraverso questa iniziativa sperimentale la Fondazione CON IL SUD intende promuovere una campagna nazionale di comunicazione che a partire dalle buone pratiche su tematiche sociali specifiche al Sud sappia valorizzarle e diffonderle attraverso i linguaggi della comunicazione, nell'ottica di un'azione di sensibilizzazione diffusa.

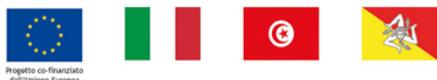


La Fondazione mette a disposizione 50 mila euro per sostenere una sola campagna. Si partecipa on-line entro l'8 aprile 2016. Non vi sono vincoli espressivi, di linguaggio, strumenti o canali di comunicazione e diffusione.

L'iniziativa si rivolge a organizzazioni non profit meridionali (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna e Sicilia) che potranno presentare, anche in collaborazione con il mondo economico, delle istituzioni, dell'università, della ricerca, dei media, una proposta di campagna di comunicazione nazionale su una tematica sociale strettamente legata al Sud.

La proposta dovrà valorizzare e diffondere buone pratiche, mettendo in relazione la dimensione creativa delle idee con quella più pragmatica della denuncia (compresa quella riguardante le disfunzioni, i deficit o gli "sprechi" degli interventi pubblici) e della proposta.

Saranno valutate positivamente quelle proposte che, tra gli altri criteri, prevedano azioni innovative rispetto al settore della comunicazione individuato, al linguaggio e al tema affrontato.



Sfide comuni, obiettivi condivisi

Fonte: www.italialavoro.it

Botteghe di Mestiere e dell'Innovazione - Avviso pubblico - Prima fase rivolta alle imprese

Data Chiusura: 8/3/2016 - entro le ore 12

Nell'ambito del programma **SPA-Sperimentazioni di Politiche Attive (Botteghe)**, la finalità di Italia Lavoro con il presente avviso è di favorire la trasmissione ai **giovani** di competenze specialistiche e il ricambio generazionale nei **mestieri artigianali**. Attraverso la promozione e la realizzazione di un sistema di Botteghe e l'attivazione di **934 tirocini** della durata di sei mesi, l'obiettivo è quello di stimolare la nascita di nuova imprenditoria e i processi di innovazione, internazionalizzazione e sviluppo di reti su base locale.

Tipologie di Bottega

- Botteghe "settoriali": attivate in una logica di settore, coinvolgendo aziende integrate in senso orizzontale che operano allo stesso stadio di un ciclo produttivo.

Botteghe "di filiera": attivate in una logica di filiera coinvolgendo, cioè, aziende integrate in senso verticale.

Possono partecipare anche aziende operanti nell'**artigianato digitale**, che impieghino tecnologie digitali per la fabbricazione di nuovi prodotti o per lo sviluppo di processi produttivi non convenzionali.

Destinatari consorzio; associazione temporanea di imprese o di scopo (ATI/ATS); contratto di rete; partnership; altre forme regolamentate.

Beneficiari Giovani, disoccupati o inoccupati, tra i 18 e i 35 anni

Durata del tirocinio 6 mesi

Per saperne di più infobotteghe@italialavoro.it

Le Opportunità.... di Lavoro

Fonte: www.pmi.it

Call for ideas per start-up del fashion

Prende il via una **Call for ideas** espressamente dedicata alle **start-up** del comparto **fashion**: la settima edizione di **H-Camp Spring 2016** resterà attiva fino al **15 marzo** e si propone di selezionare le migliori start-up del settore e inserirle nel programma di accelerazione internazionale.



H-Farm

H-Farm è una piattaforma di **innovazione** che offre servizi di incubazione e accelerazione, ma anche opportunità di **digital transformation**. Le start-up selezionate trascorreranno 4 mesi all'interno del programma per accelerare il business e ottenere investimenti. Tra gli ambiti di sviluppo figurano: mobile commerce e shopping, tecnologie e servizi omni channel, piattaforme e-commerce, CRM e piattaforme di loyalty, servizi di logistica e spedizione, pubblicità e tecnologie di marketing.

Candidature

Le candidature possono essere inviate entro il 15 marzo 2016 (ore 23:59 CET), seguendo la procedura indicata sul sito web <http://www.h-farm.com/candidati-per-h-camp-spring-2016/>

Fonte: www.scambieuropei.eu

Lavoro per 100 group leaders per accompagnare minori in vacanza studio in Canada, Gran Bretagna, Irlanda, Malta e Stati Uniti

Descrizione delle posizioni e mansioni:

-Accompagnatori

-Italian Coordinators

Periodo di lavoro

Da metà giugno 2016 fino a fine agosto 2016 per uno o più turni di due/tre settimane ciascuno (la disponibilità per più turni è titolo preferenziale).



Per i coordinatori si richiede la disponibilità per l'intero periodo.

Condizioni economiche

Contratto: rapporto di collaborazione

occasionale con ritenuta d'acconto
Vitto, alloggio, viaggio a/r dall'aeroporto di partenza: a carico dell'organizzazione

Requisiti

ETA' MINIMA: 28 anni compiuti entro il 31/05/2016
almeno una o due esperienze documentabili come accompagnatori, ottima conoscenza della lingua inglese (livello advanced), capacità di lavorare in équipe, capacità relazionali con i ragazzi, spirito organizzativo e di mediazione, capacità di problem solving, serietà e forte senso di responsabilità.

Guida alla candidatura

<http://www.schoolandvacation.it/ricerche-personale/group-leader-accompagnatori-vacanze-studio-2016/>