

TERZO SETTORE: costruire impresa
per rispondere ai bisogni sociali.

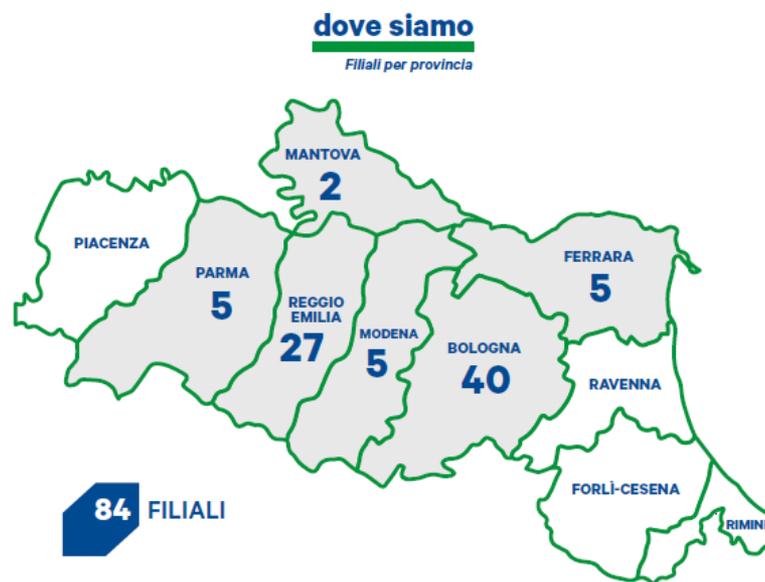
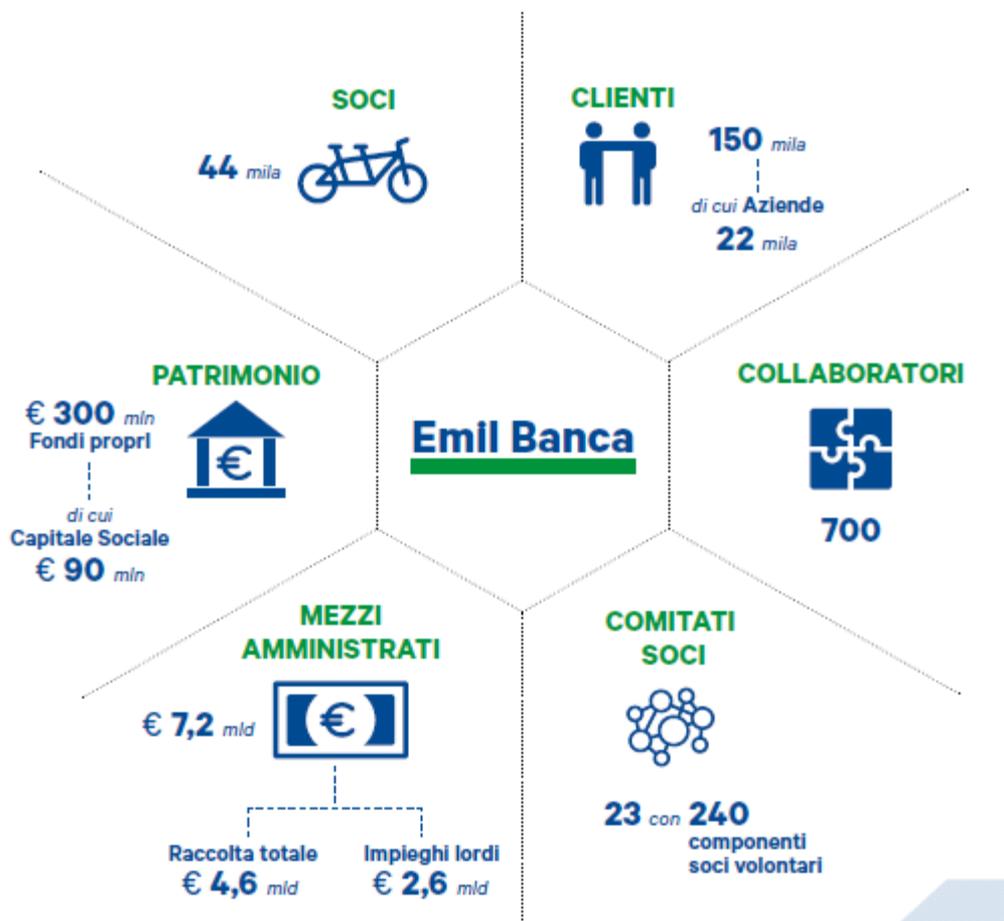
Bologna, 16 marzo 2017

ALBERTO MONTANARI
Referente Terzo Settore



Siamo una Banca di Credito Cooperativo

La seconda in Italia per dimensione



Dati al 31/3/2017



I marcatori della nostra identità

Missione (art. 2 statuto sociale)

- favorire i soci e le comunità locali
- perseguire a vantaggio degli stessi un miglioramento complessivo, economico e meta-economico (culturale, morale e sociale..) definibile come ricerca e diffusione del benessere
- Promuovere lo sviluppo della cooperazione, ovvero della partecipazione
- Incentivare coesione
- Adoperarsi per il bene comune



Una logica non bicefala

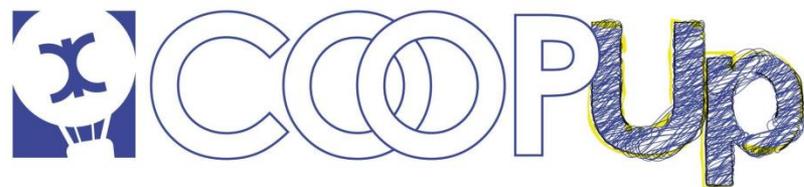
Gli obiettivi di tipo economico e le finalità di tipo sociale non sono separati.

In una Bcc devono essere considerati insieme in ogni aspetto del suo operare secondo una matrice identitaria comune.

Ciò vale per le politiche commerciali di raccolta, di impiego, per la finanza, per il personale, per il rapporto con i soci e così via.

Perché solo questa **matrice identitaria** può tradursi nel tempo in vantaggio competitivo.

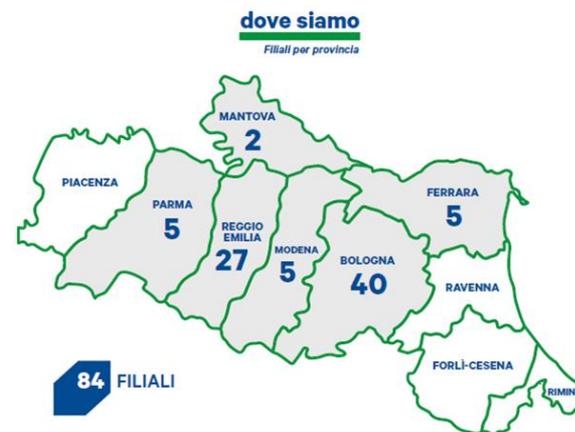


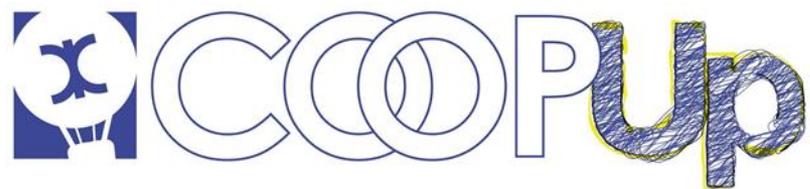


Modena , Bologna , Reggio Emilia

Percorso utile per

- ★ Solidificare un progetto
- ★ Conoscere e riconoscere le motivazioni, gli intenti ,
la spinta che guiderà ad avere contatto e magari
successo sul mercato
- ★ Creare una comunità di pratiche e di imprenditori sociali
e attivare dinamiche di collaborazione tra pari

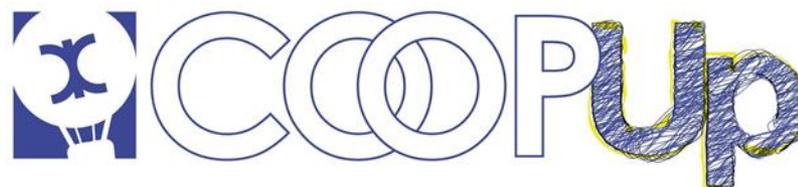




Dai percorsi cosa è emerso

- ✓ Tanti giovani pronti a mettersi in gioco
- ✓ Cooperative Sociali e associazioni con idee di sviluppo e di innovazione
- ✓ Una grandissima attenzione all'impatto sociale
- ✓ Una spinta verso una sana ibridazione tra profit e non profit





Dai percorsi cosa è emerso

- ❖ Carenze nel progettare in modo organico una nuova realtà produttiva
- ❖ Carenze di conoscenza del mercato
- ❖ Carenze in ambito economico – finanziario
- ❖ Scarsa capacità di misurare l’impatto sociale prodotto o da produrre
- ❖ Carenze sulla comunicazione al territorio e alla propria community



Come contribuire al miglioramento



- Essere presenti nell'iniziativa territoriali dove si pone attenzione alla «cultura imprenditoriale», all'open innovation e alla costruzione di network collaborativi ed ecosistemi comunicanti
- Cambiare internamente la logica di banca-prodotto in banca –servizio
- Prototipare percorsi di accelerazione aziendale



Un progetto



- Attivata la collaborazione con una cooperativa esperta nella fornire formazione a nuove idee d'impresa
- Attivato un percorso di allineamento interno alla banca
- Attivato un board regionale di esperti
- Verrà attivata una call per percorsi di accelerazione aziendale



Un Parere



- **Cultura** ...imprenditoriale e finanziaria .
- Cercare reti e **fare reti** sui territori
- **Bravi comunicatori**
- **Concretezza, prudenza e gioco di squadra**



TERZO SETTORE: costruire impresa
per rispondere ai bisogni sociali.

Bologna, 16 marzo 2017

Grazie per l'attenzione

