



Bilancio Sociale 2015

SOCIALFARE I.S.S.r.l

Sede legale: Via Manzoni 15 - 10122 TORINO - Tel. 011 2304380 - Fax 011 2304381

C.F. e P.I. 10959210013 - www.socialfare.org - info@socialfare.org

Sommario

Metodologia adottata per la redazione del bilancio sociale.....	3
Informazioni generali sull'Ente Struttura, governo ed amministrazione	3
Brevi cenni sulla Società a Responsabilità Limitata Impresa Sociale	8
SocialFare® è uno spazio di ideazione ed azioni per il bene comune	11
Progetto strategico: Rinascimenti Sociali.....	18
Esame Situazione Finanziaria.....	25
Contatti.....	32



Metodologia adottata per la redazione del bilancio sociale

Il presente bilancio sociale è stato redatto adottando “Le linee guida per la redazione del bilancio sociale da parte delle organizzazioni che esercitano l’impresa sociale” approvate con Decreto del 24 gennaio 2008 dal Ministero della Solidarietà Sociale, ai sensi dell’art. 10, comma 2, del D.L. 24 marzo 2006, n. 155.

Informazioni generali sull’Ente | Struttura, governo ed amministrazione

- SocialFare® | Centro per l’Innovazione Sociale è una S.r.l. Impresa Sociale con sede legale a Torino in Via A. Manzoni, 15, 10122
- Sede operativa presso Rinascimenti Sociali in via Maria Vittoria 38, come da visura camerale
- Registro delle Imprese: codice fiscale, partita IVA e numero iscrizione 10959210013 del 10/06/2013
- Iscrizione REA: 1175926
- SocialFare® I.S. S.r.l. è costituito da un socio di maggioranza Casa Generalizia della Pia Società Torinese di San Giuseppe (C.G.P.S.T.S.G.) con sede in Roma, Via Belvedere Montello 77 e da soci di minoranza:
 - E.N.G.I.M - Ente Nazionale Giuseppini del Murialdo, Via degli Etruschi 7, 00185 Roma
 - Consorzio Top-ix - Torino e Piemonte Exchange Point, Via Bogino 9, [eb1] 10123 Torino
 - PERMICRO S.P.A., Via XX Settembre 38, 10121 Torino
- Il capitale sociale è rappresentato da € 264.335,00
- SocialFare® a stipulato un contratto di rete denominato “Cascine di Storia”, registrata al registro delle imprese da Gaia Società Cooperativa.
- Il marchio “SocialFare” è marchio depositato, registrato e protetto a livello comunitario.

Amministratori

- Danilo Magni in qualità di Rappresentante dell’impresa (data di nomina 23/05/2013), Presidente del Consiglio di Amministrazione (data di nomina 23/05/2013) e Consigliere (data di nomina 23/05/2013)
- Laura Orestano in qualità di Amministratore Delegato (data nomina 26 febbraio 2015)
- Antonio Teodoro Lucente in qualità di Vicepresidente (data di nomina 27 ottobre 2014)
- Leonardo Camiciotti in qualità di Consigliere (data di nomina 26 febbraio 2015)
- Marco De Magistris in qualità di Consigliere (data di nomina 28 maggio 2015)
- Antonio Di Donna in qualità Consigliere (data di nomina 27 ottobre 2014)

Per gli amministratori la durata della carica è valida fino alla revoca
L’esercizio sociale si chiude il 31 dicembre di ogni anno.

Oggetto sociale

Considerata l'attività mutualistica della società, così come definita all'articolo precedente, nonché i requisiti e gli interessi del socio, la I.S. S.r.l. ha come oggetto le seguenti attività:

1. Realizzare finalità di interesse generale attraverso l'esercizio di attività economiche al fine della produzione o scambio di ben o servizio di utilità sociale;
2. Promuovere, realizzare, organizzare e gestire progetti e strutture operative per l'offerta, nei limiti di legge ed a favore delle famiglie su tutto il territorio nazionale, di servizi di utilità sociale con elevati standard di qualità ed a costi accessibili, intendendosi per servizi di utilità sociale a titolo esemplificativo e non esaustivo: (i) nell'ambito dei servizi socio-sanitari, nonché assistenza agli anziani e disabili; (ii) nell'ambito di attività di innovazione sociale dell'istruzione e della formazione, nonché dell'erogazione di servizi culturali, assistenza all'infanzia, attività educative, di orientamento al lavoro e offerta di servizi per il tempo libero; e (iii) nell'ambito più generale di servizi sociali, organizzazione di centri di ospitalità e prestazione di servizi di edilizia agevolata;
3. Affiliarsi ad altri promotori, gestori ed erogatori di servizi sociali, socio-sanitari ed educativi analoghi a quelli sopra elencati, che si riconoscano in un modello di welfare partecipativo e retributivo;
4. Svolgere tutte le attività strumentali necessarie o utili al perseguimento dell'oggetto sociale, ivi inclusi l'acquisto di beni immobili, la promozione, la commercializzazione, la gestione e la tutela dei marchi che la società acquisirà o di cui avrà disponibilità.

Al fine del raggiungimento dello scopo sociale, la società può assumere, sia direttamente, sia indirettamente, interessenze e partecipazioni in altre società (nei limiti di cui all'art. 2361 del Codice Civile), rivestendo anche il ruolo di holding.

La società può contrarre prestiti a breve, medio e lungo termine e concedere fidejussioni, prestare a valli, consentire iscrizioni ipotecarie sui propri immobili anche a garanzia di obbligazioni di terzi, il tutto purché connesso con l'oggetto sociale. Parimenti, le attività di carattere finanziario devono essere strumentali al conseguimento dell'oggetto sociale e la società deve operare secondo criteri di economicità e con l'obiettivo di conseguire utili, che saranno utilizzati in via preferenziale per l'autofinanziamento dello sviluppo di nuove iniziative ed il mantenimento e il miglioramento dei progetti esisti.

La Società, per il conseguimento dello scopo sociale, potrà compiere tutti gli atti e concludere tutte le operazioni contrattuali di natura immobiliare, mobiliare, industriale e finanziaria necessarie od utili alla realizzazione degli scopi sociali e/o comunque direttamente o indirettamente attinenti ai medesimi nonché tra l'altro e solo per indicazione esemplificativa e non limitativa:

1. assumere interessenze e partecipazioni, nelle forme consentite dalla legge, in imprese, anche consortili, che svolgano attività analoghe o comunque accessorie all'attività sociale, al solo scopo di realizzare l'oggetto principale e non ai fini del collocamento presso il pubblico, partecipando in particolare allo sviluppo ed al finanziamento delle cooperative sociali;

2. promuovere e partecipare ad enti ed organismi anche consortili finalizzati a sviluppare e ad agevolare gli approvvigionamenti di beni e di servizi a favore dei propri aderenti; potrà inoltre aderire a consorzi fidi al fine di ottenere, per il loro tramite, agevolazioni e facilitazioni nell'accesso al credito bancario per sopperire alle esigenze finanziarie della Cooperativa, prestando all'uopo le necessarie garanzie e fidejussioni;
3. costituire fondi per lo sviluppo tecnologico o per la ristrutturazione o il potenziamento aziendale, nonché adottare procedure di programmazione pluriennale finalizzate allo sviluppo o all'ammodernamento aziendale, ai sensi della legge 59/92 ed eventuali norme modificative ed integrative;
4. emettere obbligazioni ed altri strumenti finanziari, secondo le modalità e nei limiti previsti dalla vigente normativa;
5. ricevere prestiti dai soci finalizzati esclusivamente al conseguimento dell'oggetto sociale, stabilendone la disciplina con apposito regolamento approvato con decisione dei soci, il tutto sotto l'osservanza della normativa tempo per tempo vigente in materia e, in particolare, delle norme che disciplinano la raccolta del risparmio tra il pubblico;
6. aderire ad un gruppo cooperativo paritetico ai sensi dell'articolo 2545-septies del Codice Civile.

Con espressa esclusione di qualsiasi operazione inerente la raccolta del risparmio tra il pubblico, dell'esercizio delle attività di assicurazione, della sollecitazione del pubblico risparmio ai sensi dell'art. 18 della legge n. 216/74 e successive modificazioni, delle attività di cui alla legge n. 1/91 e n. 197/91 e successive modificazioni e di ogni altra operazione comunque vietata dalle vigenti e future disposizioni di legge.

Per il raggiungimento dello scopo sociale la Società richiederà le autorizzazioni necessarie e si avvarrà di tutte le provvidenze ed agevolazioni di legge previste per la cooperazione in generale e/o per gli specifici settori di attività nei quali opera.

Previsioni statutarie relative all'amministrazione della società

La società è amministrata da un consiglio di amministrazione composto da quattro componenti di cui 1 rappresenta il socio di maggioranza. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione ha la rappresentanza dell'Impresa Sociale di fronte ai terzi e in giudizio. Il Presidente perciò è autorizzato a riscuotere, da pubbliche amministrazioni o da privati, pagamenti di ogni natura ed a qualsiasi titolo, rilasciandone liberatorie quietanze. Egli ha anche la facoltà di nominare avvocati e procuratori nelle liti attive e passive riguardanti la società davanti a qualsiasi autorità giudiziaria e amministrativa, ed in qualunque grado di giurisdizione.

La rappresentanza della Società spetta, nei limiti delle deleghe conferite, anche ai consiglieri delegati, se nominati. Il Consiglio di Amministrazione può nominare direttori generali, institori e procuratori speciali. In caso di assenza o di impedimento del Presidente, tutti i poteri a lui attribuiti spettano al Vicepresidente in carica, o ad un Consigliere designato dal Presidente.

La convocazione, inviata almeno 8 giorni prima dell'adunanza e contenente l'ordine del giorno, il luogo - anche fuori dalla sede sociale purché in Italia, deve effettuarsi mediante lettera raccomandata A.R. o altro mezzo di comunicazione idoneo a garantire la prova dell'avvenuta ricezione. Le adunanze del Consiglio di amministrazione sono valide quando vi intervenga la maggioranza degli amministratori in carica/quando vi partecipi l'intero capitale sociale, e gli amministratori e i sindaci siano per lo meno informati e nessuno si opponga alla trattazione.

La presenza alle riunioni può avvenire anche per il tramite di mezzi di telecomunicazione. In questo ultimo caso devono comunque essere soddisfatte le seguenti condizioni, delle quali deve essere dato atto nei relativi verbali:

1. che sia effettivamente possibile al Presidente della riunione di accertare l'identità degli intervenuti, regolare lo svolgimento della riunione, constatare e proclamare i risultati della votazione;
2. che sia consentito al soggetto verbalizzante di percepire adeguatamente gli eventi oggetto di verbalizzazione;
3. che sia consentito agli intervenuti di partecipare alla discussione ed alla votazione simultanea sugli argomenti all'ordine del giorno, nonché quando necessario di visionare, ricevere o trasmettere documenti.

L'assemblea dei soci decide sulle materie riservate alla sua competenza dallo Statuto, dalla legge e sugli argomenti che gli amministratori o la maggioranza del capitale sociale sottopongono alla sua approvazione. Le deliberazioni del Consiglio devono risultare da verbale sottoscritto dal Presidente e dal segretario del consiglio medesimo. Il voto compete a ciascun socio in misura proporzionale alla sua partecipazione. A parità di voti, nelle votazioni prevale il voto del Presidente.

Particolari diritti dei soci

Al socio di maggioranza C.G.P.S.T.S.G sono attribuiti i seguenti diritti particolari:

- l'esenzione dal divieto di trasferimento delle partecipazioni;
- l'esenzione dell'ottenimento del gradimento per il trasferimento della partecipazione;
- i diritti di veto rispetto a talune delibere dell'assemblea dei soci;
- il diritto di designare la maggioranza dei membri del C.d.A. tra i quali dovrà essere scelto il Presidente;
- la non applicazione del divieto di concorrenza di cui all'art. 2390 del codice civile agli amministratori nominati da C.G.P.S.T.S.G.

Relazione sintetica della vita societaria

Fino a dicembre 2015 sono state svolte le seguenti assemblee:

- assemblea soci in 26/02/2015: ampliamento consiglio di amministrazione (7 membri) e nomina nuovi consiglieri (Marco De Magistris e Laura Orestano);
- assemblea soci 20/03/2015: ammissione nuovo socio Permico s.p.a.;
- assemblea soci 28/05/2015: approvazione bilancio esercizio e bilancio sociale al 31/12/2014; delibera in merito a nomina di nuovo consigliere di amministrazione (Leonardo Camiciotti);
- assemblea 30/11/2015: delibera aumento capitale sociale in sottoscrizione in proporzione alla quota di partecipazione dei soci; ratifica nomina nuovo Consigliere di Amministrazione (non deliberato);
- assemblea soci 04/12/2015: delibera in merito alla proposta di rinuncia del finanziamento da parte del socio Casa Generalizia della Pia Società Torinese di San Giuseppe;
- assemblea soci 15/12/2015: delibera aumento capitale sociale in sottoscrizione in proporzione alla quota di partecipazione dei soci (atto notarile).

Fino a dicembre 2015 sono stati convocati 7 CdA di cui i tratti più salienti sono stati:

- CdA in data 26/02/2015: Revoca Carica Direttore Generale e nomina Amministratore Delegato; trasferimento sede operativa;
- CdA in data 09/03/2015: Richiesta acquisizione 5% delle partecipazioni societarie da parte di Permico spa.
- CdA in data 10/04/2015: Delibere circa l'approvazione del progetto di bilancio di esercizio e bilancio sociale al 31/12/2014 e altre delibere a ciò collegate; convocazione Assemblea Soci.
- CdA in data 31/08/2015: Aumento capitale sociale in sottoscrizione in proporzione alla quota di partecipazione dei soci; richiesta finanziamenti presso istituti bancari tramite anticipo fatture e/o anticipo del contributo Compagnia di San Paolo fino a un massimo di Euro 200.000.
- CdA in data 05/10/2015: Delibera aumento capitale sociale in sottoscrizione in proporzione alla quota di partecipazione dei soci.
- CdA in data 23/10/2015: Delibera modifica data Assemblea Soci per aumento capitale sociale in sottoscrizione in proporzione alla quota di partecipazione dei soci.
- CdA in data 04/12/2015: Delibera in merito alla proposta di rinuncia del finanziamento da parte del socio Casa Generalizia della Pia Società Torinese di San Giuseppe.

Compensi, a qualunque titolo corrisposti, ad amministratori e ad persone che ricoprono cariche istituzionali elettive o non dell'impresa sociale.

Spetta all'Assemblea, qualora lo deliberi, determinare gli eventuali compensi dovuti agli amministratori e ai membri del comitato esecutivo, se nominato; si applica, in ogni caso, il terzo comma dell'articolo 2389 c.c.

In ogni caso ad essi spetta il rimborso delle spese sostenute per conto della Società nell'esercizio delle loro mansioni.

Situazione Occupazionale

La situazione occupazionale della società che risulta essere in atto al 31 dicembre 2015, è la seguente:

- numero dipendenti a tempo indeterminato: 8
- numero inserimento lavorativo: 1
- numero tirocini: 0
- numero totale tempo pieno: 7
- numero totale part-time: 1

Per la retribuzione del personale dipendente viene applicato il CCNL del TERZIARIO.

La società è costituita da: 1 socio fondatore e finanziatore e 3 soci sostenitori.

Partendo da questi dati si andrà man mano incrementando la rete di capitale umano tramite formazione ad hoc ed inserimenti lavorativi di soggetti svantaggiati per lavori stagionali.

Coinvolgimento del personale

Durante l'anno sono state organizzate diverse riunioni con il personale (a cadenza mensile) al fine di sostenerne il coinvolgimento, la partecipazione e la condivisione degli obiettivi e dei

valori dell'impresa sociale. Il personale è stato regolarmente coinvolto negli avanzamenti delle attività della Società.

Brevi cenni sulla Società a Responsabilità Limitata Impresa Sociale

Origine

La S.r.l- Impresa Sociale SocialFare® | Centro per l'Innovazione Sociale si è costituita a Torino il 23 maggio del 2013, per dare vita ad una visione di innovazione della Congregazione dei Giuseppini del Murialdo denominata Casa Generalizia Pia Società Torinese di San Giuseppe.

Il contesto

Lo scenario economico italiano e mondiale è attraversato ormai da anni dall'emergere di nuove sfide sociali che sono anche sfide di sostenibilità e di innovazione.

Il lungo tramonto del welfare erogato richiede nuova condivisione e progettualità rispetto all'elaborazione di nuovi modelli che utilizzino linguaggi contemporanei di ideazione e sviluppo e organizzati reti di sperimentazione territoriale e internazionale.

Il panorama italiano riporta una situazione di disoccupazione molto grave, una contrazione critica di fondi da destinare ai servizi di pubblica utilità, una ridotta partecipazione dei cittadini alla cosa pubblica ed un notevole calo di fiducia prospettico e di sviluppo su progettualità condivise.

Torino, in particolare, è stata stimata essere la città più povera del nord Italia con ca. 100.000 poveri.

Torino è città sociale

È già dall'Ottocento che a Torino si mettono le basi per quella che può definirsi la "città sociale": una fitta e complessa - materiale quanto virtuale - trama di riferimenti, rapporti, relazioni funzionali e simboliche che s'istituisce tra società e mondo della produzione industriale. Grazie alle iniziative avviate da un apparato laico e confessionale di alto profilo



etico, le iniziative sociali divengono mediatrici e strumento di attenuazione e controllo delle frizioni attivate dalle nuove condizioni economiche. Negli ultimi decenni del secolo XIX, infatti, Torino si presenta come un concentrato di energie sociali, intellettuali ed economiche capaci di produrre ricchezza e progresso tecnologico in un quadro di vita e lavoro che permane - per gran parte della popolazione urbana - durissimo.

Torino - capitale borghese, lucidamente descritta da Edmondo De Amicis - si sviluppa a Fine Ottocento, tra contraddizioni, egoismi e privilegi di classe, in una prospettiva comunque libera da pregiudizi, aperta alle forze creatrici del "progresso tecnologico". A quell'idealità romantico-nazionalista delle rivoluzioni continentali si coniuga (o contrappone) la Chiesa che, dopo le vicende di Porta Pia, vuole radicare nelle menti e nei cuori in modo alternativo alle seduzioni liberal-massoniche. Una nuova "breccia" la cui azione durevole è testimoniata dai "Santi Sociali torinesi". Allo stesso modo le aspirazioni-rivendicazioni per il miglioramento delle condizioni di vita si saldano e incrementano con la diffusione delle idee socialiste e anarchiche. La spinta riformista, che meglio e durevolmente imprimerà mutazioni e modifiche nell'assetto urbano, è avviata, prima e dopo il 1865, in concomitanza al traumatico trasferimento della Capitale nazionale a Firenze, che provocherà il sanguinoso eccidio del 22 settembre. Ne saranno attori tanto i decisori "illuminati" - consci del potenziale eversivo dovuto alla repentina perdita di posti di lavoro - quanto i ranghi elevati di Cattolicesimo reso più sensibili e impegnati a interloquire con le nuove, montanti, istanze sociali.

Innovazione Sociale a Torino e in Piemonte: Visione Strategica di Sviluppo Sistemico Territoriale

In questo contesto di sfide, competenze e opportunità il tema della Social Innovation diviene uno strumento di attivazione sinergica importante ma anche un ecosistema nel quale costruire e sperimentare alleanze e progettualità, anche sperimentali, a favore del bene comune.

Schematizzando, al livello micro l'innovazione sociale è composta da progetti, realizzati da "innovatori sociali", siano essi imprenditori o operatori. Se i progetti individuano un bisogno reale, sono capaci di posizionarsi sfruttando un gap di mercato, hanno impatto verificabile sulle persone e sulle dinamiche del sistema sociale, in sintesi dimostrano prospettive e vengono realizzati, producono effetti di sistema che si riverberano su tutti i soggetti coinvolti, modificando i meccanismi di interazione all'interno dell'organizzazione sociale e creando nuove possibilità di sviluppo di forme di innovazione sociale. In questo disegno è centrale lo sviluppo di nuove modalità di coinvolgimento e dialogo tra i soggetti, con l'obiettivo di superare l'autoreferenzialità e stabilire una logica di sistema basata sul principio di sussidiarietà, capace di capitalizzare le singole esperienze e innescando effetti di lungo periodo. Per gestire processi efficaci di innovazione sociale è infatti necessario rimettere in discussione le tradizionali gerarchie di ruoli tra pubblico e privato, unendo le capacità delle diverse espressioni della società civile, della cittadinanza attiva, delle istituzioni, del mondo della ricerca e dell'imprenditorialità attraverso patti di sussidiarietà circolare, quali quelli già sperimentati in altri contesti italiani (Venezia ad esempio). Alimentare questi meccanismi è compito di una rete di innovazione sociale, un sistema flessibile, funzionale e integrato di competenze e attori, che sia capace di svolgere attività di intelligence e fornire ai progetti supporto e risorse finanziarie.

SocialFare® | Centro per l'Innovazione Sociale

SocialFare® condivide la definizione dell'Unione Europea che descrive l'innovazione sociale *“come lo sviluppo e l'implementazione di nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che incontrano bisogni sociali, creano nuove relazioni sociali e collaborazioni. L'innovazione sociale porta nuove risposte ad impellenti bisogni che coinvolgono processi di interazione sociale. Le innovazioni sociali sono sociali solo se utilizzano strumenti e perseguono fini sociali. Le innovazioni sociali aggiungono valore alla società e aumentano la capacità di azione individuale e di comunità.”* (“Guide to Social Innovation”, European Commission, Febbraio 2013)

SocialFare® si pone come catalizzatore e generatore di contenuti di Innovazione Sociale nella città di Torino e sul territorio nazionale e internazionale. In Piemonte, sviluppa e disegna servizi di comunità ed impresa sociale, ponendo al centro il “noi” come comunità di pratica e centri di competenza, sempre in contatto tramite l'ascolto e l'analisi attenta dei bisogni “dal basso” e di inclusione e co-partecipazione degli utenti/attori nel processo di sviluppo e di ideazione ed anche di creazione di impresa.

SocialFare® è uno spazio di ideazione ed azioni per il bene comune



La nostra visione

- Progettare relazioni, esperienze, impresa a impatto sociale
- Progettare con e per le comunità
- Generare sostenibilità sociale

SocialFare® sviluppa ideazione e progettazione sulle cosiddette *societal challenges*, partendo dall'analisi dei contesti e dei comportamenti. Il Centro per l'Innovazione Sociale ospita infatti diverse professionalità (designer di servizi e prodotti, ricercatori, architetti, industrial eco-designers, esperti in formazione ed imprenditoria sociale, esperti in *information technology*, esperti di reti informali e cambiamenti urbani) che lavorano insieme su input interni ed esterni di progettualità per sviluppare nuovi modelli di servizi ed impresa.

La nostra missione è quella di sviluppare e implementare idee, soluzioni e reti per il Bene Comune.

L'innovazione Sociale parte dal basso ed integra l'esperienza delle persone, la conoscenza delle comunità di pratica, la tecnologia esperta e l'azione sociale per portare sul territorio sperimentazioni di soluzioni smart che colgano nuovi bisogni e sviluppino imprenditoria sociale, sostenibilità e reti.

SocialFare® sviluppa e disegna servizi di comunità ed impresa sociale, ponendo al centro il “noi” come comunità di pratica e centri di competenza, sempre in contatto tramite l'ascolto e l'analisi attenta dei bisogni “dal basso” e di inclusione e co-partecipazione degli utenti/attori nel processo di sviluppo e di ideazione ed anche di creazione di impresa.

L'innovazione Sociale parte dal basso ed integra l'esperienza delle persone, la conoscenza delle comunità di pratica, la tecnologia esperta e l'azione sociale per portare sul territorio sperimentazioni di soluzioni *smart* che colgano nuovi bisogni e sviluppino imprenditoria sociale, sostenibilità e reti. Nei seguenti settori: benessere e salute, mobilità, giovani e lavoro, *social technology*, *E-learning*, imprenditorialità sociale.

Metodologia

SocialFare® applica la metodologia più attuale del *Design-Thinking*, che coinvolge in modo attivo gli *stakeholders* di un dato bisogno o specificità nel processo di innovazione mentre progetta e costruisce scalabilità e sostenibilità. In questo senso, la coerenza con gli obiettivi fondamentali dell'Innovazione Sociale trovano assoluto allineamento nell'elaborazione di idee, prodotti, servizi e modelli per il bene comune che coinvolgono l'individuo e la comunità e ne esaltino la capacità di partecipazione e generazione di nuove soluzioni di inclusione, imprenditorialità sociale e *policy-making*.

Il *Design-Thinking*, in particolare, si sta affermando nei paesi in cui la classe dirigente è più preparata ed addestrata all'uso strategico delle metodologie di design partecipato, in quanto strumento che permette di cogliere con successo le sfide poste dai cambiamenti dei comportamenti e dalle aspettative di innovazione dei servizi. Le origini del termine design rimandano al settore privato e, tradizionalmente, indicano l'arte e la scienza di saper configurare oggetti e simboli in modo creativo e innovativo. Nel *Design-Thinking*, tuttavia, la nozione di design supera la definizione tradizionale di creazione di stile e di forme e coinvolge la capacità di configurare e sviluppare processi decisionali e sperimentazione, da seguire con metodologie partecipative: in questo modo il design diviene "strategico".

Il *Design-Thinking* pone gli utenti finali e i relativi bisogni al centro del sistema di formulazione delle politiche spostando i paradigmi esistenti, generando un nuovo processo decisionale e una migliore definizione dei problemi da affrontare. Il *Design-Thinking* punta ad una migrazione dei comportamenti e ad innovazioni culturali che segnino percorsi sostenibili ed un ampliamento degli indici di qualità dell'offerta di servizi e dell'esperienza di fruizione.

La metodologia comprende le seguenti attività:

1. **Ricerca:** la ricerca antropologica ed etnografica per identificare le aree di sensibilità e legittimare la partecipazione delle "periferie sociali" nel processo di progettazione partecipata in ottica sistemica;
2. **Design Sociale:** modelli di partecipazione alla progettazione per trasformare gli utenti dei servizi in veri protagonisti del fare sociale e dell'innovazione per generare "comunità di pratica";
3. **Sperimentazione:** progettazione di nuovi modelli di inclusione, comunicazione, sviluppo e sperimentazione di nuovi modelli di business ed imprenditorialità sociale;
4. **Imprenditorialità Sociale:** accompagnamento sul territorio start-up di innovazione sociale che operino in ottica di mercato; il valore sociale genera valore economico e crea nuovi modelli di business;
5. **Tecnologia Sociale:** sperimentiamo di nuove tecnologie abilitanti l'innovazione sociale, *empathic technology* per sperimentare soluzioni *smart* che colgano nuovi bisogni e sviluppino nuovi modelli di servizi ed imprenditoria sociale;
6. **Open Data:** analizziamo la "biodiversità dei dati" per generare soluzioni integrate di innovazione in collaborazione con partner ed enti di ricerca attivi sul territorio.

Attività

SocialFare® non ha scopo di lucro e si propone di realizzare ideazione, progettazione e sviluppo di ricerca, attività e modelli di impresa finalizzati alla produzione di valore sociale ed economico. In particolare SocialFare® sviluppa e produce servizi e prodotti, ricerca di mercato e analisi della concorrenza, strategia di posizionamento, marketing, reti di impresa, *E-learning* e *E-tutoring*, design di comunità, *social brands*, progetti strategici di rigenerazione funzionale degli spazi a vocazione sociale. Al centro delle proprie attività ed azioni, SocialFare® pone i giovani, gli utenti, i consumatori e i nuovi bisogni sociali.

Ricerca: Bisogni, Comportamenti e Sfide Sociali

Le azioni passate e correnti hanno bisogno di essere re-interpretate in termini di lettura, competenze, reti e soluzioni per poter rispondere alla disuguaglianza sociale, a nuove identità ed alla domanda di innovazione.

Oggi quelle azioni e sperimentazioni, ma anche le competenze e le reti, si sono reinterpretate alla luce di nuovi bisogni, identità e sfide di cambiamento sullo sfondo e sotto anche la pressione della crisi economica, del welfare erogato e della distanza tra le soluzioni attuali e i problemi reali della persone.

Applichiamo l'approccio sistemico nella ricerca antropologica ed etnografica per identificare le aree di sensibilità e legittimare la partecipazione delle "periferie sociali" nel processo di progettazione partecipata.

Identifichiamo le aree di sensibilità per legittimare la partecipazione periferica: i giovani sono al centro della progettazione e del cambiamento, artefici di nuovi modelli e nuove imprenditorialità.

La ricerca è finalizzata, inoltre, alla creazione di progetti strategici di rigenerazione funzionale degli spazi a vocazione sociale: SocialFare® si pone come centro di connettività con attori nazionali ed internazionali focalizzati su modelli di economia e di sviluppo sociale.

Impatto Sociale

Solo attraverso l'alto contenuto relazionale, la creazione di reti e la produzione di esternalità positive per la comunità si può produrre valore economico che generi sostenibilità per la società. Questa visione si concentra su tutti i servizi ed i prodotti che sono la risposta ai bisogni più immediati delle persone: salute, assistenza, istruzione e formazione, mobilità, connettività, consumi.

La promozione della dimensione locale, in rete con altre geografie, dell'inclusione di valori di giustizia sociale, dell'accessibilità e trasparenza di gestione, della riduzione delle disuguaglianze e della focalizzazione sulla dimensione del bene comune, sono fonte di analisi e progettazione ma anche di sperimentazione imprenditoriale di nuove soluzioni di welfare.

Il welfare stesso può essere sostenuto tramite l'esperienza di consumo allargato e quotidiano e divenire così "social fare": benessere di comunità.

L'osservazione e rilevazione delle interazioni interne/esterne alle comunità per cui progettiamo prodotti o servizi, ci permette di valutarne l'Impatto Sociale e le eventuali ricadute sui sistemi connessi. Questa analisi è possibile attraverso la definizione e applicazione di parametri qualitativi e quantitativi definiti ad hoc.

A livello nazionale ed internazionale, la valutazione dell'impatto sociale e lo sviluppo di relative pratiche, metodiche di quantificazione e descrizione rappresenta una delle frontiere di osservazione, di studio ma anche di sperimentazione e *decision-making*, costituenti

l'infrastruttura portante dell'innovazione sociale e dei nuovi modelli economici che ne generano.

Le nostre aree focus sono

- a. Ricerca antropologica ed etnografica
- b. Economia dei comportamenti
- c. Identificare le aree di sensibilità
- d. Legittimare la partecipazione periferica
- e. Creare le Comunità di Pratica
- f. Sviluppare Economia di Comunità
- g. Accelerazione di conoscenza e imprenditorialità ad impatto sociale

Aree di expertise: Servizi di comunità; Tecnologie abilitanti e open data; Reti collaborative; Coinvolgimento e cittadinanza; attiva; Inclusione sociale; Occupazione; Consumo; Cibo: produzione, distribuzione, somministrazione; Cultura; Innovazione didattico-formativa

Design Sociale

Il design dei servizi, in particolare, rappresenta la punta più avanzata tra le discipline del design, in quanto punta a dare forma all'agire sociale con il fine di facilitare l'espressione dell'intelligenza collettiva nelle sue manifestazioni più compiute: quelle della collaborazione e della coltivazione dell'interesse e del bene comune. Tramite modelli di partecipazione alla progettazione, gli utenti dei servizi sono i veri protagonisti del fare sociale diventando, con la guida esperta dei designer dell'innovazione, sia i creatori che i gestori dei servizi della/e propria/e comunità di riferimento. Il design dei servizi sociali costruisce sui valori fondativi delle comunità di pratica orientate al sociale, modellandone la catena di ideazione, di sperimentazione e di messa in produzione. Il bene pubblico (anche nelle rappresentazioni immateriali) può essere gestito in modo sostenibile ed anche profittevole se viene concepito per generare circoli virtuosi di collaborazione e di inclusione. Come tutte le discipline del design, il design dei servizi cura la qualità dell'esperienza di fruizione e si manifesta dedicando attenzione ai dettagli ed alle necessità di cambiamento in modo continuo e reiterato, favorendo l'inclusione e cogliendo opportunità di modifica dei comportamenti amministrativi.

Partecipazione, cura della qualità dei servizi, collaborazione e coltivazione del bene comune sono i valori sociali che SocialFare® si propone di promuovere e perseguire con la sua presenza sul territorio, attraverso l'elaborazione e l'applicazione di metodologie innovative basate sull'osservazione, la raccolta dati, il design partecipato, l'iterazione e la sperimentazione di modelli di sostenibilità e di imprenditoria sociale.

La Carta dei Servizi SocialFare®

Rinascimenti Sociali



Servizi di Accelerazione StartUp by SocialFare®

SERVIZIO	DESCRIZIONE
FIRST GO	Recepimento e analisi delle esigenze specifiche da parte della Startup
IDENTITY & BENCHMARK	Accompagnamento e consulenza per la definizione dell'identità della Startup, con focus progettuali specifici che saranno di volta in volta identificati in una pianificazione comune: analisi del contesto, ricerca benchmark, definizione posizionamento, target, vision, mission e value proposition.
CREATIVITY	Accompagnamento e consulenza tramite metodologia Design Thinking e Systemic Design per la progettazione di prodotti e servizi innovativi (processo che può innovare il prodotto/servizio offerto, consolidare e/o ampliare l'attività esistente, design input/output del servizio/prodotto)
STRATEGY	Accompagnamento e consulenza alla definizione strategia e sviluppo della Startup, con focus progettuali specifici che saranno di volta in volta identificati in una pianificazione comune: rilievo olistico delle attività, rilievo sociale, story telling, analisi SWOT, go-to-market, (marketing mix: product, price, place, promotion)
MODELLING	Accompagnamento e consulenza per l'innovazione dei modelli di business e di nuovi strumenti finanziari per la sostenibilità delle Startup accelerate Analisi degli economics
CO-DESIGN	Co-progettazione sistemica di prodotto e/o servizio (e.g. socio-assistenziale, pubblico, alla persona, di comunità) con la Startup accelerata
BUSINESS PLANNING	Sviluppo del business plan e sua redazione congiunta con la startup
SCALABILITY	Modellizzazione e scalabilità, inteso come processo che porta alla costruzione di un modello replicabile e scalabile di impresa/servizio/prodotto a livello locale/nazionale/internazionale
SALES	Analisi congiunta della strategia di sviluppo e commerciale in ottica go-to-market (vendita diretta, indiretta, etc.)
PROTOTYPING	Attività di ideazione e sperimentazione singole o di partnership (test di nuovi prodotti e/o servizi in termini prototipali)
NETWORKING	Sostegno nella creazione di un network di partner e finanziatori
SOCIAL IMPACT ASSESSMENT	Valutazione dell'impatto sociale della Startup accelerata (analisi, definizione parametri ad hoc e misurazione)
SOCIAL TECHNOLOGY	Social Technology, individuazione di soluzioni tecnologiche e di interazione a sostegno dell'innovazione del prodotto e del servizio
LEAN FOR VALUE PROPOSITION	Mentorship su approccio "hands-on", definizione della Startup Value Proposition e Business Modeling
SOFTWARE ASSESSMENT	Software assessment
SOFTWARE PROTOTYPING	Sviluppo di funzionalità richieste/prototipo utilizzando la metodologia Agile Development.
WEB DESIGN	Progettazione e realizzazione di wireframes, UX flow diagrams e User Interface design pensati ad hoc rispetto ai frontend scelti
WEB SEARCH	Attività di SEO su pagine web
WEB METRICS	Attività di metrics analysis
WEB INFRASTRUCTURE	Infrastructure assessment
DIGITAL INFRASTRUCTURE	Supporto infrastrutturale: a. infrastructure as a service: housing, storage e virtual machine on demand; b. platform as a service: streaming platform, connectivity
LOCATION FOR WORK	Disponibilità gratuita di scrivania, connessione wifi e servizio stampante presso la ns location
ACCOUNTING	Servizio di consulenza
LEGAL & INTELLECTUAL PROPERTY	Servizio di consulenza
PITCH EVENT	Training per partecipazione all'evento di presentazione delle startup (elevator pitch)

Motivazioni e Obiettivi

SocialFare® | Centro per l'Innovazione Sociale è una comunità e un trampolino di lancio per le persone che aspirano a cambiare il mondo partendo dal basso; lavora sul territorio con diversi attori: organizzazioni profit e no-profit, imprenditori, artisti, operatori e volontari in settori che spaziano dall'artigianato alla finanza.

L'obiettivo è quello di promuovere un cambiamento che aumenti il benessere della comunità e che produca *empowerment* a livello individuale.

La sostenibilità così creata è sinergica rispetto ai seguenti requisiti/obiettivi:

1. Sostenere l'inserimento lavorativo dei giovani dopo un'esperienza significativa e qualificante sul campo
2. Generare valore economico e valore sociale
3. Incrementare il valore di comunità in termini di *know-how* ed azioni
4. Sostenere azioni sociali verso i soggetti in situazioni di difficoltà
5. Arricchire il territorio di nuova imprenditorialità
6. Generare *capacity-building*
7. Generare start-up di innovazione sociale

Valore Sociale e Imprenditoriale

Nel corso del 2015, SocialFare® ha preso parte e/o gestito attività a forte valenza sociale proprio per sostenere e rafforzare un'innovazione d'impatto.

Più precisamente ha collaborato nelle seguenti iniziative:[eb2]

- 17 Memorandum of Understanding siglati con partner nazionali e internazionali;
- Partecipazione in qualità di fornitore in attività di ricerca e sviluppo di mapping sociale e misurazione dell'impatto sociale nel progetto "EDEN - Energy Data ENgagement" vincitore del bando regionale della FinPiemonte;
- Avviamento del progetto Rinascimenti Sociali | Acceleratore di conoscenza e imprenditorialità a impatto sociale: gestione della location fisica di Rinascimenti Sociali; animazione attraverso eventi e momenti formativi; ideazione, strutturazione e avviamento del programma d'accelerazione per business idea e start-up per accompagnarle nel processo di strutturazione come imprese sociali, generando nuova economia e impatto sociale;
- Viaggi di networking a Zaragoza (Spagna), Londra (Inghilterra) e Amsterdam (Paesi Bassi) con Engim Artigianelli nell'ambito del bando "mobilità Transnazionale" promosso dalla Regione Piemonte;
- Realizzazione del concept e contenuti museali di "MuiMaC - Museo del Marrone e del Cioccolato" nella Cascina Roland di Villar Focchiardo;
- Partecipazione al progetto di ricerca *Metros* (Metropolitan Economic Transformation and Regional Organizational Structures), promosso dal German Marshall Fund of United States con il sostegno della Compagnia di San Paolo, insieme all'Associazione Torino Internazionale|Stategica;
- Relatore alla HULT Business School di Londra (UK) parlare di innovazione e imprenditorialità sociale
- Partecipazione all'evento "CoWorking Challenge" di Roma per parlare di innovazione sociale nell'organizzazione di nuovi spazi di lavoro;
- Partecipazione al Visioneering workshop on Social Innovation a Bruxelles come unico rappresentante italiano;

- Caso di best practice nel report di progetto ESSE Europe - Increasing students' employment skills & economic growth through social enterprise;
- Presenza nell'advisory board del progetto europeo EXCEPT - Social Exclusion of Youth in Europe: Cumulative Disadvantage, Coping Strategies, Effective Policies and Transfer;
- Collaborazione con StarTau, il centro di imprenditorialità del Politecnico di Tel Aviv (IL) per la progettazione di un premio internazionale;
- Collaborazione e partecipazione al Creative Festival Supernova organizzato da TAG Torino: responsabile dall'area innovazione sociale in termini di contenuti e eventi;
- Parte del team di progetto di *Planet Idea - Smart Urban Ecosystems* per lo sviluppo e l'implementazione di soluzioni di innovazioni sociali nelle diverse declinazione: sviluppo della prima social smart city a Fortaleza (Brasile), smart plaza (Torino) e area residenziale di Cassa Depositi e Prestiti a Segrate (Milano);
- Sviluppo concept e avviamento del progetto Net2share, la social card che attiva reti di prossimità, assieme all'associazione EnzoB;
- Partecipazione a bandi UE con cordate internazionali
- Organizzazione dell'evento di matching tra start-up a vocazione sociale e start-up tecnologiche ICT4Social in collaborazione con Torino Wireless,
- Partecipazione come relatore a Smart City Exhibition (Bologna)
- Partecipazione come relatore a OPERAE e TurinCityDesign
- Molteplici incontri a livello istituzionale per creare convergenze sul RS e per accreditarsi rispetto a istituzioni torinese, regionali e nazionali

Valore di Identità Ambientale

SocialFare® si è trasferito nella location dell'acceleratore Rinascimenti Sociali in via Maria Vittoria 38, Torino.

L'edificio, ex collegio delle Rosine, prossimo all'università di Torino e a molteplici punti di aggregazione giovanile, si estende su una superficie di ca. 1600 mq con una possibile opzione di estensione dell'affitto per eventuali aggiuntive superfici. La location dispone anche di un terrazzamento di ca. 500 mq.

La location era in buono stato ma sono stati necessari degli interventi di manutenzione e ri-adattamento per poter accogliere anche nuovi partner e la società civile, rispecchiare le attività svolte all'interno.

Sempre di più la location fisica si sta trasformando in uno spazio di comunità: un luogo di convergenza aperto alla cittadinanza e agli attori del territorio, interessanti sia a visitare il luogo per la sua proposta contemporanea di innovazione sociale, per contribuire attivamente ad arricchire l'offerta del programma Rinascimenti Sociali e per sperimentare nuova imprenditorialità sociale.

Progetto strategico: Rinascimenti Sociali

Rinascimenti Sociali | Acceleratore di conoscenza e imprenditorialità sociali

Rinascimenti Sociali è l'Acceleratore di conoscenza e imprenditorialità a impatto sociale di Torino, inaugurato a marzo 2015 in via Maria Vittoria 38, grazie al sostegno della Compagnia di San Paolo è un progetto a titolarità e gestione di SocialFare®.

Rinascimenti Sociali è il nome che identifica rete, visione, contenuto, metodologia e "location" di un'iniziativa volta a diffondere la consapevolezza e la potenzialità delle cosiddette "periferie sociali", riportandole al centro delle decisioni politiche, attraverso modelli imprenditoriali innovativi, che definiscano, producano e misurino l'impatto sul complesso sociale, armonizzando nuove tecnologie, arti liberali e passione civile.

Rinascimenti Sociali è un luogo fisico che ospita un ecosistema aperto, e che aggrega partner nazionali ed internazionali in una piattaforma di convergenza e innovazione a impatto sociale.

I paradigmi della "social innovation" e della "convergence innovation" sono declinati sull'obiettivo concreto di co-sviluppare soluzioni innovative alle più pressanti sfide sociali proponendo nuovi modelli di welfare e di ingaggio tra decisori pubblici e privati nei campi della finanza, del terzo settore e della nuova imprenditorialità sociale.

SocialFare® ha portato a valore la propria rete di partner nazionali ed internazionali, al fine di sviluppare progettualità coese di innovazione sociale. Tali partner partecipano a diverso titolo e in diversa modalità alle attività previste dall'Acceleratore e sviluppano "contenuti", progetti e sinergie strategiche.

Il programma di accelerazione Rinascimenti Sociali si articola lungo tre aree di azione verticali:

- Coinvolgere Attivare interesse, partecipazione e consapevolezza sulle sfide sociali, bisogni e strumenti necessari per sviluppare soluzioni innovative. Una visione che coinvolge e include molteplici attori per co-sviluppare idee, network e creatività
- Educare generare conoscenza, cultura, consapevolezza sociale con un approccio sistemico di apprendimento e sperimentazione. Educare significa generare linguaggi condivisi, nuove competenze e progettualità a impatto sociale.
- Intraprendere Accelerazione di idee, start-up e imprese a impatto sociale, tramite prototipazione, sperimentazione e scalabilità. Un percorso su misura co-sviluppato dai partner di rete e con un obiettivo condiviso sviluppare soluzioni innovative alla sfide sociali più pressanti, generando sostenibilità e nuovi modelli di economia a impatto sociale.

L'impatto è sostenuto da tre strumenti trasversali:

- Tecnologia: piattaforme hardware e software, strumenti e processi *data-driven*.
- Finanza: *scouting* e validazione di strumenti finanziari (nuovi o tradizionali) appropriati per le realtà del terzo settore.
- Internazionalità: approccio aperto volto creare confronto e collegamenti operativi con le migliori *best practice* internazionali.

Coinvolgere

In questo primo anno di attività, Rinascimenti Sociali ha dato prova di grande vitalità organizzando 16 tra incontri, seminari, conferenze e *workshop*. Con queste prime azioni di *engagement*, SocialFare®, assieme ai *partner* dell'Acceleratore, ha coinvolto attivamente la cittadinanza, ponendo le basi per un percorso volto a ingaggiare un ampio pubblico sul tema della *Social Innovation* in modo organico e poliedrico, sia a livello nazionale che internazionale. I diversi eventi si sono articolati utilizzando *format* innovativi e vari e hanno costituito veri e propri momenti di ingaggio sociale partecipato.

Alcuni eventi in collaborazione con SocialFare®:

- Inaugurazione mostra fotografica “Guardo Oltre” a cura di Global Shapers Torino
- TedX Crocetta - Woman Edition a cura di TedX Crocetta
- Rinascimenti Finanziari, Nuova Finanza per una Nuova Società a cura di Rinascimenti Sociali
- Supernova Festival a cura di TAG Torino
- Presentazione Corso in Economia Civile a cura di AIPEC
- WikiSocial #Sharing a cura di SocialFare®

Educare

Accanto agli eventi di “Coinvolgimento” sono stati organizzati appuntamenti volti a creare conoscenza, cultura imprenditoriale, consapevolezza sociale e *behavioural change* in termini di *know how* e azioni, con un approccio sistemico di apprendimento e sperimentazione.

Alcuni momenti formativi sviluppati da SocialFare®:

- Workshop creativo e di identità Associazione Psicoterapeuti Italiani
- Workshop creativo e di identità con la Cooperativa Esserci
- ICT4Social, imprese sociali e ICT a confronto a cura di Torino Wireless

Intraprendere

Il percorso di accelerazione, su misura per realtà candidata, ha affrontato il tema dell'innovazione sociale e della scalabilità delle business idea proposte sin dall'inizio. Esperti di impresa, progettazione sociale e tecnologica hanno accompagnato le diverse realtà, ibridando conoscenze, esperienze e sfidando i modelli già esistenti, per generare soluzioni imprenditoriali innovative ai reali bisogni sociali. I nuovi imprenditori sono stati accompagnati in un programma che li ha portati a lanciare e sperimentare il proprio business così da identificarne mancanze, potenzialità e valore, iterandone il processo, perfezionandone l'offerta e raccogliendo investimenti e partecipazioni a diverso titolo.

Nei primi mesi di operatività, l'acceleratore ha ospitato ed accompagnato diverse business idea, selezionate tramite incontri ad hoc per verificare la validità e l'innovatività dell'idea, la dedizione e professionalità del team, l'aderenza alla mission dell'Acceleratore in termini di sfide sociali affrontate. Da aprile a dicembre 2015 sono state “accelerate” 12 start-up, di cui 5 hanno finalizzato e lanciato il proprio prototipo sul mercato ed 1 ha ottenuto un pre-seed per sostenere lo sviluppo della propria idea. Nella prima annualità, SocialFare® ha lavorato affinché le attività di Rinascimenti Sociali siano finalizzate a validare le ipotesi operative e costruire un approccio strutturato e replicabile, nonché ad acquisire familiarità con il contesto della Social Entrepreneurship.

Attivazione del programma di Accelerazione

A ottobre 2015 l'Acceleratore ha lanciato, quindi, **FOUNDAMENTA**, la sua prima call a livello nazionale per start-up e *business idea* a impatto sociale, con l'obiettivo di selezionare almeno **12 proposte** per le quali co-progettare un programma finalizzato alla scalabilità ed al consolidamento dei soggetti accelerati.

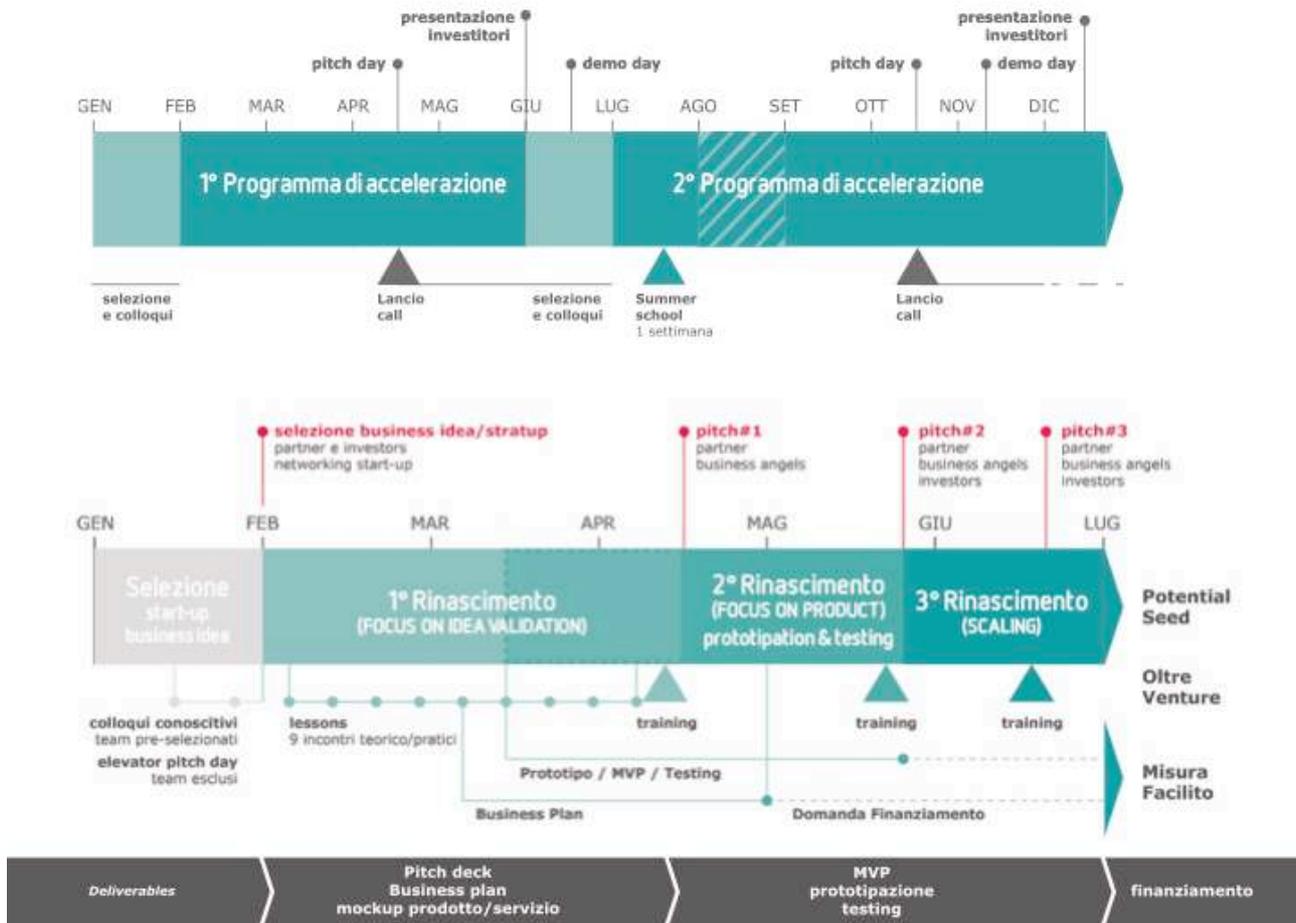
La call si è rivolta a imprese/soggetti costituiti (in qualsiasi forma purché costituiti da meno di 24 mesi) e *team* di progetto, di qualsiasi nazionalità, con una chiara vocazione sociale, ossia la cui "*value proposition*" sia una potenziale risposta ad una sfida sociale o favorisca la generazione di valore economico condiviso e comunitario.

SocialFare® ha sviluppato il programma di accelerazione Rinascimenti Sociali di una durata di 6 mesi. La selezione del primo gruppo di start-up, avvenuto tramite la *call* FOUNDAMENTA, si è svolta nel dicembre del 2015, dopo un periodo di 2 mesi per raccogliere le candidature. Si tratta di un programma unico in Italia che mette a sistema, per la prima volta, diverse professionalità, *expertise*, *partner* e *mentor* di eccellenza a livello nazionale e internazionale. Un'occasione unica per tutti coloro, soprattutto giovani, che sempre di più sono interessati a sviluppare impresa in una visione alta di bene comune. L'obiettivo è formare, accelerare e promuovere nuove idee imprenditoriali e start-up sociali. Tutti i partner della rete sono coinvolti nel programma per sviluppare i progetti in termini di prototipazione, sperimentazione, validazione e scalabilità.

Le business idea e start-up selezionate tramite la call Foundamenta 2015 sono:

- Featapp (cibo e alimentazione / salute e benessere)
- L'Alveare Che Dice Sì (cibo e alimentazione)
- Henable Cooperativa Sociale Onlus (istruzione e apprendimento / salute e benessere)
- PrendoPosta (cittadinanza attiva)
- Planbee (patrimonio culturale artistico / cittadinanza attiva)
- GoBimbo (istruzione e apprendimento / patrimonio culturale artistico)
- Toys Circus (istruzione e apprendimento)
- WOMS (cittadinanza attiva)
- We Room (housing)
- Joblly (istruzione e apprendimento / salute e benessere)
- Hucare (salute e benessere)
- Ortja (salute e benessere)
- So Lunch (salute e benessere)
- Sport Grand Tour (salute e benessere)
- Innamorati Della Cultura (patrimonio culturale artistico / cittadinanza attiva)
- MioTrip (patrimonio culturale artistico)

Il Programma Rinascimenti Sociali 2015



La rete Rinascimenti Sociali



I Numeri Rinascimenti Sociali 2015



Valorizzazione della brand identity e del sito web

Lo sviluppo del logotipo e dell'attuale *brand identity* dell'Acceleratore è stato realizzato a partire da un concorso di idee pubblico con cui si è voluto coinvolgere la comunità creativa nello sviluppo dell'immagine grafica. I partecipanti sono stati numerosi (65 proposte valide), prevalentemente in età giovanile (*under 30*), candidando proposte di elevata qualità, valore e contenuto. La proposta selezionata dalla Giuria Tecnica è quindi stata parzialmente rielaborata al fine di adeguarsi alla *vision* ed agli obiettivi strategici di Rinascimenti Sociali. La Giuria è stata costituita da una rappresentanza della rete dei partner di Rinascimenti Sociali (Laura Orestano / Direttore di SocialFare® Impresa Sociale s.r.l., Leonardo Camiciotti / Devt. Program Manager - Consorzio TOP-IX, Jan Christoph Zoels / *Creative Director* - Experientia s.r.l.) e si è avvalsa della consulenza tecnica di professionisti del settore (Elena Carmagnani / STUDIO999, Fabio Guida / *Co-founder* Quattrolinee s.n.c. - Mg2architetture, Giorgio Olivero / *Design director*, co-founder - ToDo s.n.c., Paolo Tamborrini / Professore Associato in Design - Politecnico di Torino).

Il sito web Rinascimenti Sociali www.rinascimentsociali.org è stato sviluppato dal team SocialFare nel corso del 2015 e lanciato a febbraio 2016 nella sua nuova veste.

La brand identity e il sito Rinascimenti Sociali sono diventati, nell'anno 2015, parte del patrimonio SocialFare®.

Partnership strategiche



È stato siglato un accordo di partnership tra Oltre Venture, primo e unico fondo italiano di venture capital sociale autorizzato dalla Banca d'Italia, e SocialFare®, Centro per l'Innovazione Sociale. La sinergia prevede che le start-up accelerate da Rinascimenti Sociali possano essere ammesse ad un panel di valutazione per investimento da parte di Oltre Venture (www.oltreventure.com).



Grazie ad un accordo di partnership tra Torino Social Innovation e SocialFare®, le business idea e start-up ad impatto sociale accelerate dal programma Rinascimenti Sociali potranno ottenere un accompagnamento imprenditoriale e sostegno finanziario da € 10.000 a 80.000 euro, finalizzato alla costituzione/sviluppo d'impresa nell'ambito del programma FaciliTo, Giovani e Innovazione Sociale (www.torinosocialinnovation.it/azioni/facilito-giovani/).



È il più importante gruppo torinese di imprenditori, professionisti e manager che investe in start-up. La sinergia prevede che le start-up accelerate da Rinascimenti Sociali possano essere ammesse ad un panel di valutazione per investimento.

Monitoraggio della attività

Applicando teorie elaborate da esperti riconosciuti a livello internazionale^[1], SocialFare® in collaborazione con il partner di rete Experientia ha elaborato uno strumento qualitativo/quantitativo a supporto della selezione delle start-up / *business idea* che intendono partecipare al programma di accelerazione Rinascimenti Sociali. L'idea alla base di tale strumento è pertanto quella di guidare il processo di selezione secondo uno standard che faciliti la scelta ed i criteri con i quali tali idee vengono selezionate, tenendo conto di 4 parametri: **l'idea, il team, l'impatto, l'innovazione.**

Sempre insieme al partner di rete Experientia si è iniziato a sviluppare un modello di valutazione qualitativo/quantitativo delle attività dell'acceleratore, con un focus iniziale sull'asse di azione verticale "intraprendere"

Nello specifico, tre sono i fronti su cui focalizzarsi: il **cambiamento generato**, le **performance**, la **qualità del servizio**.

1. Il **cambiamento generato** si basa su una metodologia di misurazione dal nome *Evaluation Human Development*. Il metodo valuta l'accrescimento delle capacità a seguito di uno specifico intervento e prevede una raccolta dati qualitativa fatta attraverso interviste o questionari.
2. La **qualità del servizio** di accelerazione verrà effettuata attraverso un questionario da consegnare ad ogni partecipante all'uscita dal programma. Il questionario intende analizzare la bontà dei servizi erogati, l'accesso all'infrastruttura, il supporto al *business* e il *network*.
3. La **valutazione delle performance** considera una serie di parametri quantitativi e non, che permettano di registrare aspetti delle start-up coinvolte nei percorsi di accelerazione, così come il loro status una volta usciti dal programma, su un periodo di

3 anni. Le caratteristiche d'interesse da monitorare possono essere la variabilità delle start-up in ingresso (settore, *idea/pilot*, forma legale, etc.) gli aspetti finanziari (*equity*, investimenti ricevuti, *revenues*) e la loro scalabilità e riproducibilità (#di sedi, mercato, #di beneficiari).

Ricerca Etnografica

Proseguimento della ricerca a livello nazionale e internazionale in collaborazione con il partner strategico The Young Foundation (London, UK).

Nel 2015 sono state messe le basi per una ricerca etnografica a livello nazionale e internazionale in collaborazione con il partner strategico The Young Foundation (London, UK) che proseguirà e vedrà la pubblicazione dei risultati nel 2016. Le prima sessione di interviste tra i principali protagonisti dell'innovazione sociale locale (rappresentanti del settore pubblico, delle grandi e piccole imprese, della società civile, intermediari finanziari, fondazioni) si è tenuta a giugno 2015 a cura di un team selezionato del partner strategico londinese. L'obiettivo della ricerca è la redazione di un **report sull'ecosistema social innovation in Piemonte e relative raccomandazioni sulle opportunità a medio termine.**

La ricerca permetterà di evidenziare i modelli di innovazione sociale per la nostra regione, e definire il potenziale della finanza d'impatto rispetto alle esigenze e alle aspirazioni delle comunità e del territorio.

Altre attività

SocialFare® ha avviato:

- azioni congiunte e collaborazione con UNITO (innovazione del Rettorato): **convegno e sperimentazioni di innovazione culturale** tramite lo scambio di idee e opportunità con il professore Germano Paini, Corsi di Studio del Dipartimento di Culture, Politica e Società UNITO Torino;
- collaborazione con il **settore trasferimento tecnologico del Politecnico di Torino** per valutare il *know how* tecnologico da poter includere all'interno dell'imprenditorialità sociale dell'Acceleratore. Persona di riferimento prof. Emilio Paolucci, Professore Ordinario DIGEP - Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione del Politecnico di Torino.

Esame Situazione Finanziaria

Nonostante la congiuntura economica italiana non favorevole, SocialFare® ha conseguito i propri obiettivi ed impegni in termini di visibilità e fatturazione.

Immobilizzazioni immateriali

Le immobilizzazioni immateriali sono iscritte al costo di acquisto e sono sistematicamente ammortizzate in funzione della loro residua possibilità di utilizzazione. I costi di impianto e ampliamento sono ammortizzati in 5 esercizi.

Immobilizzazioni materiali

Le immobilizzazioni materiali sono iscritte al costo di acquisto, compresi gli oneri accessori ed i costi direttamente imputabili al bene.

Nessuna immobilizzazione è stata oggetto di rivalutazione monetaria.

Rimanenze

Le rimanenze di magazzino costituite da merci sono iscritte al costo di acquisto

Crediti

I crediti sono iscritti al presunto valore di realizzo che al 31/12/2015 corrisponde al valore nominale degli stessi.

Ratei e risconti

I ratei e risconti sono contabilizzati nel rispetto del principio della competenza economica facendo riferimento al criterio del tempo fisico.

Debiti

I debiti sono iscritti al valore nominale

Costi e Ricavi

I costi ed i ricavi sono stati contabilizzati in base al principio di competenza indipendentemente dalla data di incasso e pagamento, al netto dei resi e degli sconti.

I ricavi relativi alle prestazioni di servizi sono iscritti in bilancio nel momento in cui la prestazione viene effettivamente eseguita.

Imposte

Le imposte sono stanziare in base alla previsione dell'onere di competenza dell'esercizio. Non sono state stanziare né imposte anticipate, né imposte differite.

Nota Integrativa Attivo

Si presentano le variazioni intervenute nella consistenza delle altre voci dell'attivo.

Variazioni dei crediti verso soci per versamenti ancora dovuti

	Crediti per versamenti dovuti non richiamati	Totale crediti per versamenti dovuti
Valore di inizio esercizio	-	-
Variazioni nell'esercizio	32.555	32.555
Valore di fine esercizio	32.555	32.555

Gli incrementi sono dovuti all'aumento di capitale deliberato dall'assemblea straordinaria in data 15/12/2015.

Immobilizzazioni immateriali

Movimenti delle immobilizzazioni immateriali

La voce relativa alle spese di ricerca e sviluppo sono riferite alla progettazione e sviluppo relativi al sito web di SocialFare® e Rinascimenti Sociali ed all'implementazione del software gestionale per spazi ed eventi della società.

Gli altri oneri pluriennali sono relativi a spese straordinarie sostenute dalla società con riferimento all'immobile presso il quale svolge la propria attività.

	Costi di impianto e di ampliamento	Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità	Altre immobilizzazioni immateriali	Totale immobilizzazioni immateriali
Valore di inizio esercizio				
Costo	1.956	0	-	1.956
Ammortamenti (Fondo ammortamento)	782	-	-	782
Valore di bilancio	1.174	-	-	1.174
Variazioni nell'esercizio				
Incrementi per	-	49.224	42.930	92.154

acquisizioni				
Ammortamento dell'esercizio	391	-	4.402	4.793
Totale variazioni	(391)	49.224	38.528	(87.361)
Valore di fine esercizio				
Costo	1.965	49.224	42.930	94.119
Ammortamenti (Fondo ammortamento)	1.174	-	4.402	5.576
Valore di bilancio	783	49.224	38.528	88.535

Per motivi prudenziali, le spese di ricerca e di sviluppo non sono state capitalizzate, ma interamente spese nell'esercizio di sostenimento. Unica eccezione è costituita dalle spese relative allo sviluppo di alcuni nuovi prodotti per i quali è stata accertata l'esistenza di una domanda potenziale che ne ha giustificato la realizzazione. Tali spese sono state pertanto differite agli esercizi successivi per correlarle ai ricavi della successiva erogazione dei servizi. L'ammortamento di tali costi ha durata di 5 anni a partire dall'esercizio 2016.

Immobilizzazioni materiali

La composizione e i movimenti di sintesi delle immobilizzazioni materiali sono dettagliati nella tabella sottostante.

Movimenti delle immobilizzazioni materiali

	Impianti e macchinario	Altre immobilizzazioni materiali	Totale Immobilizzazioni materiali
Valore di inizio esercizio			
Costo	0	4.462	4.462
Ammortamenti (Fondo ammortamento)	-	335	335
Valore di bilancio	-	4.127	4.127
Variazioni nell'esercizio			
Incrementi per acquisizioni	1.366	367	1.733
Ammortamento dell'esercizio	74	690	764
Totale variazioni	1.292	(323)	969
Valore di fine esercizio			
Costo	1.366	4.830	6.196
Ammortamenti (Fondo ammortamento)	74	1.025	1.099
Valore di bilancio	1.292	3.804	5.096

Attivo circolante

Attivo circolante: crediti

I crediti compresi nell'attivo circolante sono iscritti al loro valore nominale. Non è stata effettuata alcuna svalutazione.

Variazioni dei crediti iscritti nell'attivo circolante

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio	Quota scadente entro l'esercizio
Crediti verso clienti iscritti nell'attivo circolante	357.923	120.142	478.065	478.065
Totale crediti iscritti nell'attivo circolante	357.923	120.142	478.065	478.065

I crediti esigibile entro l'esercizio successivo sono composti da crediti verso clienti per euro 70.021, crediti tributari per euro 20.712, crediti verso Casa Generalizia per euro 385.600 e crediti diversi per euro 1.729.

Attivo circolante: disponibilità liquide

Variazioni delle disponibilità liquide

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio
Depositi bancari e postali	-	100.091	100.091
Denaro e altri valori in cassa	3.814	(3.430)	384
Totale disponibilità liquide	3.814	96.661	100.475

Ratei e risconti attivi

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio
Altri riscontri attivi	1.017	(1.017)	-
Totale ratei e risconti attivi	1.017	(1.017)	-

Misurano proventi e oneri la cui competenza è anticipata o posticipata rispetto alla manifestazione numeraria e/o documentale; essi prescindono dalla data di pagamento o riscossione dei relativi proventi e oneri, comuni a due o più esercizi e ripartibili in ragione del tempo.

Informazioni sulle altre voci dell'attivo

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio	Quota scadente entro l'esercizio
Credito verso soci per versamenti ancora dovuti	-	32.555	32.555	-
Crediti iscritti nell'attivo circolante	357.923	120.142	478.065	478.065
Disponibilità liquide	3.814	96.661	100.475	-

Nota Integrativa Passivo e Patrimonio Netto

Patrimonio netto

Variazioni nelle voci di patrimonio netto

	Valore di inizio esercizio	Destinazione del risultato dell'esercizio precedente	Altre variazioni	Risultato d'esercizio	Valore di fine esercizio
		Altre destinazioni	Incrementi		
Capitale	10.000	-	255.335		265.335

Riserva legale	29	500	-		529
Altre riserve					
Riserva straordinaria o facoltativa	541	7.505	-		8.046
Totale altre riserve	541	7.505	-		8.046
Utile (perdita) dell'esercizio	8.005	(8.005)	-	4.875	4.875
Totale patrimonio netto	18.575	-	255.335	4.875	278.785

Disponibilità e utilizzo del patrimonio netto

Nel seguente prospetto, a norma del punto 7-bis dell'art. 2427 c.c., si riportano le voci del patrimonio netto, specificando, per ciascuna, la natura e le possibilità di utilizzazione/distribuibilità e l'avvenuta utilizzazione nei precedenti esercizi.

Origine, possibilità di utilizzo e distribuibilità delle varie riserve

	Descrizione	Importo	Origine / natura	Possibilità di utilizzazioni	Quota disponibile
	riserva legale	529	riserva di utili	B	-
	riserva straordinaria	8.046	riserva di utili	A,B	8.046
Totale		8.575			

L'utile e le riserve non sono distribuibili per la presenza di costi di ricerca pluriennali non ancora ammortizzati (art. 2426, n. 5) pari ad euro 12.921

LEGENDA / NOTE:

A = per aumento di capitale

B = per copertura perdite

C = per distribuzione ai soci

In data 15/12/2015 la società ha effettuato un aumento di capitale pari ad euro 255.335.

Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato

Informazioni sul trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato

	Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato
Valore di inizio esercizio	6.301
Variazioni nell'esercizio	
Accantonamento nell'esercizio	4.390
Totale variazioni	4.390
Valore di fine esercizio	10.691

Il fondo accantonato rappresenta l'effettivo debito della società alla fine dell'esercizio verso i dipendenti in forza a tale data.

Debiti

I debiti sono iscritti al valore nominale.

Variazioni e scadenza dei debiti

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio	Quota scadente entro l'esercizio
Debiti verso soci per finanziamenti	338.282	63.474	401.756	401.756
Totale debiti	338.282	63.474	401.756	401.756

I debiti esigibili entro l'esercizio successivo sono costituiti da debiti di natura fiscale per euro 20.493; debiti verso fornitori per euro 157.713; anticipi da clienti per euro 5.000; debiti verso enti previdenziali per euro 5.183; debiti per retribuzioni del personale per euro 11.632; debiti verso istituti di credito a fronte di affidamenti correnti per euro 200.000 e debiti diversi per euro 1.735.

Non ci sono debiti esigibili oltre 5 anni.

Ratei e risconti passivi

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio
Ratei passivi	5.069	8.425	13.494
Totale ratei e risconti passivi	5.069	8.425	13.494

Informazioni sulle altre voci del passivo

	Valore di inizio esercizio	Variazione nell'esercizio	Valore di fine esercizio	Quota scadente entro l'esercizio
Debiti	338.282	63.474	401.756	401.756
Ratei e risconti passivi	5.069	8.425	13.494	.

Contatti

Laura Orestano
Amministratore Delegato
laura.orestano@socialfare.org

SOCIALFARE I.S.s.r.l

Sede legale: Via Manzoni 15 - 10122 TORINO - Tel. 011 2304380 - Fax 011 2304381

C.F. e P.I. 10959210013 - www.socialfare.org - info@socialfare.org