

INDICE

Introduzione	pag.	7
1. Analisi delle principali caratteristiche del Terzo Settore in Italia: benchmark internazionale	»	19
1.1. Una definizione di Terzo Settore	»	19
1.2. Il Terzo Settore in Italia: alcuni dati statistici	»	24
1.2.1. Il Terzo Settore in Italia: istituzioni non profit e dipendenti per forma giuridica	»	30
1.3. Il Terzo Settore: benchmark internazionale	»	33
2. Problematiche economico-gestionali delle imprese del Terzo Settore: vincoli e opportunità	»	38
2.1. La sostenibilità economica del Terzo Settore tra vincoli e opportunità	»	38
2.1.1. Sostenibilità economica e governance	»	42
2.1.2. Sostenibilità economica e imprese sociali	»	44
2.1.3. Impatto delle caratteristiche e delle strategie delle imprese sociali sul successo dei finanziamenti	»	49
2.1.4. Misurazione dell'impatto	»	50
2.1.5. Ruolo delle reti	»	51
2.2. Strategie e modelli di gestione per la sostenibilità economica delle organizzazioni del Terzo Settore	»	51
2.2.1. Marketing sociale e comunicazione	»	55
2.2.2. Il non profit e il marketing strategico	»	58
2.2.3. Il marketing mix	»	60
2.2.3.1. Il fundraising	»	62

2.2.4. Il Direct Marketing	pag.	67
2.3. Il marketing digitale per il non profit	»	69
2.3.1. Il sito web	»	69
2.3.2. I social media	»	70
3. Una normativa in cambiamento: impatto sul Terzo Settore	»	74
3.1. La Riforma del Terzo Settore: legge n. 106 del 2016	»	74
3.1.1. Il codice del Terzo Settore	»	75
3.1.2. Riforma del 5x1000	»	77
3.2. Il modello di Talcott Parsons per il Terzo Settore	»	82
3.3. Le imprese sociali	»	83
3.4. La cooperativa sociale	»	84
3.5. L'impatto della nuova normativa sul Terzo Settore	»	89
3.6. La legge 4 luglio 2024, n. 104: l'impatto sulla Riforma del Terzo Settore	»	92
4. Quali opportunità per il futuro di un settore strategico: risultati di un'indagine empirica	»	96
4.1. Premessa	»	96
4.2. Indagine empirica	»	101
4.2.1. Focus Group	»	101
4.2.2. Interviste buone pratiche	»	102
4.2.3. Interviste alle imprese	»	103
4.2.4. L'analisi dei risultati dell'indagine empirica alla luce della letteratura esistente	»	105
4.2.5. Conclusioni: risultati indagine empirica	»	123
4.3. Quali opportunità per il futuro di un settore strategico?	»	125
4.3.1. Formazione	»	125
4.3.2. Indicazione linee di azione: idee progettuali	»	131
4.3.3. Imprese profit e non profit: un parallelismo	»	136
4.3.3.1. Partenariati tra profit e non profit per una società sostenibile	»	137
4.3.3.2. Il Quarto Settore: Benefit Corporation, B-corp	»	139
Conclusioni	»	145
Appendice	»	155
Bibliografia	»	163