

Ricerca SEVICOL

**“Mondo cattolico, terzo settore e comunità: il rapporto con il mercato
in tempi di crisi economica”**

**LE SPESE DELLE CONGREGAZIONI
E DELLE ASSOCIAZIONI**

Milano, ottobre / novembre 2011

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

INDICE

Background, 3

Obiettivo, 3

Metodologia, 4

Fasi e tempi della ricerca, 5

Introduzione all'intervista, 6

1. Descrizione degli Enti e degli intervistati, 8

2. La vita economica degli Enti oggi, 9

2.1 Le principali voci di spesa degli Enti intervistati, 10

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto, 11

– Ricerca di fornitori più convenienti, 11

– Centralizzazione degli acquisti, 13

– Esternalizzazione di servizi, 14

– Altri interventi: investimenti su risparmio energetico, 15

3. Soddisfazione per i fornitori, 16

4. Fornitori di fiducia, 17

5. Consigli a SEVICOL, 18

SINTESI FINALE, 19

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

Gli Enti religiosi costituiscono una importante realtà anche in campo economico. Un approfondimento sui loro acquisti

Background

SEVICOL ha richiesto a Gruppo Areté un approfondimento di ricerca sui processi d'acquisto negli Enti religiosi italiani.

SEVICOL (Settimana della vita collettiva) è un' importante realtà che organizza da molti anni una mostra convegno annuale per comunità, Enti religiosi e servizi sociali. SEVICOL si è specializzata nella promozione di eventi/servizi finalizzati a migliorare la qualità delle strutture e la professionalità delle prestazioni destinate alla collettività, con un particolare riferimento al ruolo degli Enti religiosi e non profit. SEVICOL realizza inoltre con un partner editoriale l'Annuario cattolico d'Italia e la rivista Insieme.

Obiettivo

La ricerca in oggetto fa seguito all'indagine qualitativa svolta nella prima parte dell'anno e si propone di approfondire i processi d'acquisto degli Enti religiosi, con particolare riferimento alle Parrocchie e alle Congregazioni (e Associazioni, istituti secolari ecc.)

Lo scopo di fondo della ricerca è quello di raccogliere e rielaborare dati quali-quantitativi sugli acquisti e sui bisogni relativi al processo d'acquisto presso:

- Responsabili acquisti delle Parrocchie (Parroci o persone indicate dai Parroci)
- Amministratori, economisti e responsabili di Congregazioni e Associazioni operanti nei principali ambiti d'attività (sanità, scuola, ospitalità ecc.)

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

Un approccio basato su più fasi e diverse modalità d'intervista (qualitativa e con questionario)

Metodologia

Il progetto prevede un processo di ricerca in più fasi.

Fase pilota, basata su alcune interviste qualitative a testimoni privilegiati, miranti a ricostruire il quadro delle tematiche d'interesse (es. voci di spesa e loro peso) e a impostare gli strumenti di rilevazione (questionari e tracce) per le fasi successive. Le interviste-pilota sono state condotte da ricercatori esperti di Lexis Ricerche, sulla base di una traccia concordata con la Committenza.

Fase Parrocchie, che si basa sul questionario messo a punto dopo la fase pilota. Il questionario è stato somministrato dai nostri intervistatori a un campione nazionale di Parroci (o loro incaricati).

Il campione è stato costruito in accordo con la Committenza.

La fase Congregazioni e Associazioni, basata su interviste qualitative a esponenti di varie Enti attivi nei diversi ambiti (salute, educazione, ospitalità ecc.).

Il campione – di tipo qualitativo – è stato costruito secondo criteri concordati con la Committenza (es. tipo d'attività prevaeeEnte e dimensioni).

Fase finale. Analisi dei risultati, elaborazioni e stime, stesura di un rapporto finale e di una presentazione sintetica (spendibile in conferenza stampa o altre occasioni pubbliche).

Suggerimenti per futuri aggiornamenti.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

Realizzazione dell'indagine in ottobre e nella prima metà di novembre 2011

Fasi e tempi della ricerca

1. Fase pilota (entro settembre)

Sono state realizzate 3 interviste qualitative a Parroci.

2. Fase Parrocchie (entro ottobre)

Abbiamo realizzato 64 interviste face-to-face (personali) a questionario a un campione di altrettanti Parroci italiani (varie aree, centri di diversa dimensione, Parrocchie con e senza oratorio)

3. Fase Congregazioni (entro ottobre / inizio di novembre)

Abbiamo realizzato 10 interviste qualitative telefoniche ad altrettanti esponenti di Congregazioni e Associazioni.

4. Fase finale (entro la metà di novembre)

Stesura dei documenti finali.

Il presente documento

Il presente documento riporta i principali risultati dell'indagine sulle spese delle Congregazioni e delle Associazioni.

Le informazioni emerse vengono presentate argomento per argomento, seguendo approssimativamente l'ordine che avevano nella traccia d'intervista.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

Introduzione all'intervista: gli Enti religiosi e il mercato, in tempi di crisi economica.

Premesse

L'intervistatore si presenta e introduce l'argomento. Mi chiamo..., sono un ricercatore del Gruppo Areté - Lexis Ricerche. Sto svolgendo una ricerca a carattere nazionale sulla vita economica degli Enti Religiosi. Il nostro committente è SEVICOL, una società che da molti anni organizza eventi e servizi per il mondo cattolico, in particolare la Settimana della Vita Collettiva. Come editore realizza l'Annuario cattolico d'Italia e le riviste Itinerari e Insieme. L'obiettivo che SEVICOL si propone è quello di fornire un servizio alle Congregazioni e ad altri Enti religiosi – informandoli su fornitori qualificati e sperimentati, e sui loro prodotti / servizi con lo scopo di aiutarli a migliorare il processo d'acquisto. Questo consentirà di risparmiare risorse, trovando soluzioni coerenti con la missione di fede, etica e solidarietà tipica del mondo religioso. Al centro dell'iniziativa SEVICOL vi è un portale: www.sevicol.it, Il portale al

servizio delle comunità', ricco di informazioni utili per orientare il processo d'acquisto degli Enti Religiosi, dalle Parrocchie alle Diocesi, dalle associazioni alle Congregazioni.

Per rendere più mirato il suo servizio, SEVICOL ha bisogno in primo luogo di conoscere le principali voci di acquisto di beni e servizi presso le Congregazioni. SEVICOL ha dato incarico a Gruppo Areté e a Lexis Ricerche di realizzare la presente ricerca, attraverso interviste qualitative a un campione selezionato di responsabili del processo d'acquisto che operano per conto delle principali Congregazioni e Associazioni italiane. Posso iniziare con le domande? Non le porterò via molto tempo. La ricerca sarà condotta nel rispetto della Privacy e del codice deontologico dei ricercatori ESOMAR. I dati saranno resi anonimi e trattati in modo impersonale.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

La traccia d'intervista

Per punti

1. L'Ente in esame. Breve descrizione dell'Ente e delle sue principali attività

2. La vita economica dell'Ente oggi.

Come descriverebbe l'andamento della vita economica dell'Ente, in questa fase non facile per l'economia?

E' cambiato il processo d'acquisto dei beni e servizi necessari per l'operatività dell'Ente? Se è cambiato, come è cambiato?

3. Approfondimento sugli acquisti.

Vorrei ora approfondire con Lei il tema degli acquisti: quali sono le principali voci in cui è possibile suddividere gli acquisti dell'Ente, parlando delle sue principali attività? Possiamo fare un elenco di queste voci d'acquisto?

Mi può descrivere gli ordini di grandezza approssimativi - in un anno - in euro di ciascuna delle principali voci di cui mi ha parlato? Quanto sarebbe importante per l'Ente poter ridurre le spese su ciascuna di queste voci, senza incidere sull'operatività né sulla qualità?

4. I fornitori. Per ciascuna delle principali voci, quanto l'Ente può dirsi soddisfatti dei suoi attuali fornitori? Che cosa si pensa dei "fornitori di fiducia"? Sempre per ciascuna delle principali voci, sarebbe importante conoscere dei nuovi fornitori?

Quali caratteristiche dovrebbero avere i nuovi fornitori, e che cosa dovrebbero fare per andare incontro alle esigenze d'acquisto dell'Ente?

5. L'iniziativa SEVICOL. Che cosa pensa dell'iniziativa SEVICOL, e in particolare del portale ('www.sevicol.it, Il portale al servizio delle comunità'). Che cosa pensa della costruzione di una sorta di Albo dei fornitori a uso degli Enti Religiosi? Pensa che l'Ente potrebbe utilizzarlo? Che consigli darebbe a SEVICOL per rendere più utile questa iniziativa per il mondo degli Enti religiosi?

Grazie! Mi servirebbero ora alcuni dati statistici (età, anzianità nella posizione, titolo di studio). Ringraziamenti.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

1. Descrizione degli Enti e degli intervistati

Descrizione

1. Associazione centri riabilitativi, nazionale / internazionale (2 interviste); numerose strutture
2. Onlus casa di cura, locale
3. Congregazione scuole (Italia) e università, nazionale / internazionale; numerose strutture
4. Casa di riposo, locale
5. Fondazione Cassa di Risparmio, locale
6. Casa di cura, locale (gestita da Congregazione suore), Roma
7. Fondazione incaricata da Congregazione, per gestione ospedali / case di riposo, CentroNord; numerose strutture
8. Comunità monastica che opera nell'ospitalità, Roma
9. Associazione di scuole private d'ispirazione cattolica, nazionale; numerosi associati
10. Congregazione suore che gestiscono scuole; nazionale / internazionale; numerose strutture

Intervistati. Gli intervistati sono responsabili acquisti, coordinatori amministrativi, responsabili finanziari, direttori generali, economi o economie generali, consiglieri di fondazioni, presidenti di case di riposo, padri superiori.

Enti. Gli enti operano nei seguenti campi:

- Sanità (case di cura, ospedali, ambulatori, assistenza psichiatria, riabilitazione minori, anziani affetti da Alzheimer)
- Educazione (scuola, università)
- Assistenza (case di riposo)
- Ospitalità (convitti)
- Gestione beni di interesse artistico-monumentale.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2. La vita economica degli Enti oggi

L'andamento

In più casi la vita economica degli Enti – con accentuazioni nel campo della *salute* - è descritta come “drammatica”, “difficile”, “di grossa difficoltà”, “in netto peggioramento”, con “entrate in diminuzione”, “tragica... si cerca di vivere con l'indispensabile”. Questo è dovuto in primo luogo ai tagli dei contributi regionali e al fatto che i servizi sono in più casi gratuiti, con dipendenza quasi totale dalle Asl.

Anche dove la regola contempla una vita frugale e si è abituati a vivere con poco si lamenta che da “due o tre anni le offerte stanno diminuendo”.

Per le *scuole* vi sono pochi contributi pubblici e le famiglie sono spesso in difficoltà con le rette e faticano a pianificare le spese a lunga scadenza. Inoltre i contributi arrivano in ritardo (ma gli insegnanti vanno pagati: “per questo siamo costretti a fare debiti”; “a giugno è arrivata una circolare dalla regione... che ci informava da un giorno all'altro che il contributo veniva ridotto di 100.000 euro...”).

Solo in un caso la situazione appare ancora abbastanza positiva (si tratta di una Fondazione sorta 3 anni fa, operante nella sanità, che ha riportato quasi in pareggio il bilancio di una Congregazione), anche se si teme che la crisi possa farsi sentire presto, con il taglio dei finanziamenti delle regioni.

Le conseguenze della situazione economica comportano in più casi una riduzione delle prestazioni erogate (“uno stillicidio lento, una situazione che ricade sulle famiglie”) e in un allungarsi delle liste d'attesa.

Anche nel caso della Fondazione legata a una struttura bancaria vi sono stati cali nelle entrate, dovuti agli andamenti dei mercati. Questo ha comportato una riduzione dei contributi erogati alle associazioni del territorio, che hanno dovuto cercare fonti di auto-finanziamento.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.1 Le principali voci di spesa degli Enti intervistati

Voci di spesa

Le voci di spesa che si vorrebbero comprimere variano secondo il tipo di attività svolta. Tuttavia le meno comprimibili sono quelle per il *personale*, che sono di solito le più ingenti (fa eccezione la Comunità monastica), ma gli Enti non vogliono piegarsi a licenziare i dipendenti. Le **spese per personale** sul totale vanno dal 70% circa (es. casa di riposo) all'80% (es. riabilitazione minori), al 90% (nel caso delle scuole).

Tra le altre voci di spesa – una decina le più citate - spiccano le seguenti, considerate per quanto possibile come spesa media mensile per singola struttura:

Utenze (elettricità, gas/riscaldamento, telefoni; es. 40.000 euro al mese per Casa di Cura; 12.000 per la Comunità della basilica; 5.000 circa per la Congregazione Scuole che si è dotata di fotovoltaico, con investimento di 60.000 euro)

Mensa / vitto (riabilitazione minori, Congregazione Scuole; 5.000 euro al mese; Casa di riposo circa 10.000 / 12.000 euro mese; Scuole 13.000)

Pulizie (molto importante per Casa di

cura riabilitazione minori; oltre 10.000 euro al mese per sede)

Lavanderia (es. 10.000 euro al mese per Casa di riposo Alzheimer)

Farmaci (es. 30/40.000 euro al mese, Casa di cura)

Manutenzioni (edili, impianti, giardino, apparecchiature mediche; es. spese per tecnici di manutenzione 25.000 euro al mese per Casa di cura)

Rifiuti speciali (Ospedali)

Tasse (Tarsu da 5.000 / 6.000 all'anno, per Irap i "colpi" sono da 100.000 euro all'anno...)

Si citano poi le spese straordinarie, per investimenti in strutture edilizie, tecnologie medicali o negli impianti per il risparmio energetico:

Manutenzioni straordinarie / ristrutturazioni (es. da 300.000 per rialzo di un piano di una Casa di riposo, ad alcuni milioni per ristrutturazioni e investimenti strutturali nel campo ospedaliero)

Apparecchi medicali (tac, risonanze, laser ecc.; costano milioni; Ospedali)

Investimenti per fotovoltaico (es. 60.000 presso Congregazione Scuole)

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto

Razionalizzazione degli acquisti (1)

Date le difficoltà imposte dalla crisi economica (incertezze e cali sul lato delle entrate), e data la resistenza a licenziare (“per principio non si licenzia”), gli Enti hanno preso provvedimenti di “razionalizzazione” sul fronte delle spese per prodotti e servizi, utilizzando alcune principali strategie: 1) ricerca di fornitori più convenienti, 2) centralizzazione degli acquisti, 3) esternalizzazione di servizi, 4) investimenti (fotovoltaico). Vediamo una per una queste strategie.

1) Ricerca di fornitori più convenienti.

Negli ultimi due / tre anni (da quando la crisi ha cominciato a mordere più duramente) sia gli Enti di maggiori dimensioni e complessi (più strutture nel territorio) sia quelli più piccoli o a struttura singola hanno riesaminato i *rapporti di fornitura* sulla base di criteri di prezzo e di qualità (“abbiamo razionalizzato la lista dei fornitori... prima ci rivolgevamo a fornitori strettamente locali, di paese, ora si tratta di fornitori sempre locali,

ma che agiscano su un'area più vasta, magari a livello provinciale e non più solo cittadina – Casa di riposo); “abbiamo attuato la rinegoziazione dei contratti di fornitura in essere... anche alla ricerca di uno sconto; in qualche caso ci siamo rivolti anche a nuovi fornitori; facciamo un po' i conti della serva, andando a rivedere i contratti” – Casa di cura). Tale riesame comporta una maggior “fatica”, dovendo comparare i prezzi, valutare i fornitori, trovarne di nuovi ecc . (Congregazione impegnata nelle scuole).

Se i volumi d'acquisto lo consentono, si fanno *convenzioni* e - presso le strutture maggiori - si fanno anche “*gare*” (stiamo facendo un ‘gara’ per lo smaltimento dei rifiuti speciali, attraverso 1 o 2 fornitori” – Fondazione ospedaliera).

Non sempre la pur faticosa ricerca del costo più basso dà alla fine risultati soddisfacenti (“siamo stati dietro alle offerte che fanno per il telefono, la luce, internet, anche se siamo stati scottati” – Comunità).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto

Razionalizzazione degli acquisti (2)

Il costo delle utenze è spesso tra i più onerosi (dopo quelle per il personale) e tra queste utenze sono spesso determinanti le spese per elettricità e gas (riscaldamento).

Sul fronte dell'energia elettrica in più casi si è provveduto a centralizzare gli acquisti (negli Enti con più strutture, vedi paragrafo seguente) o a valutare i diversi fornitori alla ricerca di soluzioni più convenienti ("abbiamo cercato di accorpate le voci di spesa comuni, come ad esempio l'Enel o il telefono" – Riabilitazione minori).

In diversi casi si sono ottenuti risultati positivi anche se non eclatanti ("per una scuola, per fare un esempio, abbiamo proposto un fornitore di energia: il risparmio è di 500 euro, ma anche questo viene apprezzato; tutto è utile" – Associazione scuole). In qualche caso ci si organizza per pagare mensilmente le "bollette", per diluire la spesa (Casa di cura).

In qualche caso si dice di avere fatto notevoli sforzi per risparmiare sulle utenze ("la voce principale sono le

utenze: luce, gas, telefono; per il gas abbiamo cambiato 2 o 3 gestori, e ora siamo con ENI; non so ancora com'è però lo abbiamo scelto perché ci sembra una ditta più seria di altre; per il telefono abbiamo cambiato gestore ultimamente, siamo passati a Fastweb, ci sembrava più conveniente, noi qui abbiamo anche internet", Comunità).

"Abbiamo due reti interne di telefonia, con fax e due laboratori informatici con la loro rete protetta da firewall; gli studenti lavorano molto in rete; quindi abbiamo le spese telefoniche: abbiamo cambiato 2 o 3 operatori, senza però essere soddisfatti; attualmente siamo con TIM, ma non siamo soddisfatti perché i cellulari qui non hanno campo; con Vodafone c'era campo, ma s'era cambiato per risparmiare (...)", (Scuole)

La voce in cui si esprime spesso maggior desiderio di miglioramento è quello che riguarda le 'utenze' (luce, gas, telefono): "sono molto dispendiose, ma sono indispensabili..." (Scuole).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto

Razionalizzazione degli acquisti (3)

2) Centralizzazione acquisti. Nel caso degli Enti articolati su più strutture, si è cercato di “centralizzare” – ove possibile - gli acquisti, a livello nazionale o regionale, sia con acquisti diretti da parte della sede centrale sia con accordi quadro o convenzioni (lasciando in questo caso gli ordini alle singole strutture / sedi periferiche). Si centralizza – ovviamente - per ottenere condizioni più favorevoli dai fornitori in virtù delle quantità acquistate.

La “centralizzazione” è un processo ancora in corso in più realtà tra quelle intervistate, che porta a cercare fornitori in grado di operare – con qualità e prezzi costanti - su scala geografica non strettamente locale, e penalizza i piccoli fornitori locali (anche se storici e “di fiducia”). Le voci “centralizzate” riguardano le utenze (luce, metano, telefono ecc.), le pulizie, le mense o l'acquisto di alimentari, la lavanderia, le apparecchiature medicali (qui è più difficile perché sono molto varie), la cancelleria, i centri stampa.

E' da notare che “centralizzare” non è sempre conveniente o possibile. Ciò può dipendere dai volumi degli acquisti (“i fornitori di fiducia sono a basso costo e si riferiscono sempre al territorio... In qualche caso si è pensato ad agire su scala più vasta, magari anche attraverso aggregazioni organizzate dal basso da qualcuno, ma le dimensioni dei volumi in gioco rendono scarsamente redditizi questi tentativi... ci si rende conto che il gioco non vale la candela; solo per le Fondazioni più grosse si cerca di ragionare in grande ottenendo dei risultati”), ma anche dai bisogni delle singole strutture che possono essere diversi (come nel caso delle apparecchiature per la riabilitazione), dall'importanza dei fornitori locali sul piano dello sviluppo di relazioni, dalle pressioni di certe autorità locali a favore di fornitori a “km zero” (es. in Friuli), dallo scopo istituzionale dell'Ente (es. Fondazioni che si propongono lo sviluppo delle attività locali).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto

Razionalizzazione degli acquisti (4)

Se l'aspetto strettamente economico è spesso a favore della centralizzazione, questa non necessariamente favorisce aspetti pure importanti del rapporto di fornitura, come la tempestività (soluzione di urgenze, per esempio nelle manutenzioni), la personalizzazione degli interventi, la capacità (e la disponibilità) di andare incontro alle esigenze, aspetti per i quali i piccoli fornitori locali e storici sono talora preferibili – anche se forse un po' più costosi - a fornitori nuovi e "grandi". Questi ultimi sono talora più distanti, lenti, standardizzati e meno disponibili verso il cliente.

3) Esternalizzazione. Diversi servizi – nel tempo - sono stati esternalizzati e il processo è in qualche caso ancora in atto. Questo riguarda tipicamente le mense, le pulizie, le manutenzioni.

La scelta è stata fatta in passato per semplificare i compiti dell'Ente nelle attività "non core business", ma oggi l'outsourcing ha – o vorrebbe avere – una funzione ai fini della razionalizzazione delle spese. Per certi aspetti si ottengono dei risultati positivi, ma l'outsourcing non deve

comportare perdite di posti lavoro. Può dare qualche risparmio sugli acquisti ("poi abbiamo pensato di esternalizzare alcuni servizi, come le pulizie, le cucine, la lavanderia... l'impatto economico è al momento relativo... ci piace perché non c'è riduzione del personale - viene assorbito dalle società fornitrici - e si risparmia sugli acquisti, sul personale che viene impiegato per la gestione: un risparmio di costi indiretti").

Tuttavia vi è anche chi si è pentito di avere esternalizzato e sta pensando di tornare sui suoi passi ("alcuni anni fa abbiamo scelto di affidare la cucina a un servizio esterno... ci è sembrato più semplice... però tutto ciò che non viene consumato deve essere portato via dalla cucina e deve essere buttato. E' uno spreco, non può neanche essere dato ai poveri; prima avevamo nostro personale, ma per l'economista era oneroso star dietro a tutto e abbiamo fatto questa scelta, ma adesso non siamo più soddisfatti, ci sembra troppo dispendioso, e stiamo valutando di tornare indietro" – Congregazione attiva in campo scolastico).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

2.2 Come è cambiato il processo d'acquisto

Altri interventi

4) Investimenti per risparmio energetico (fotovoltaico). In tre casi si è fatto ricorso - o si pensa di fare ricorso - al fotovoltaico o ad altre energie alternative ("a Roma, nell'impianto sportivo che gestiamo, abbiamo installato il fotovoltaico e rende bene: quello che non consumiamo lo vendiamo all'ACRA, ma qui - l'intervistato si riferisce alla sede centrale - non so, i conti economici adesso non lo permettono, non è il momento" - Scuole).

In un caso la scelta del fotovoltaico - peraltro soddisfacente per i risparmi, pur essendo onerosa come investimento - è legata anche a un fornitore a km zero: "abbiamo fatto installare l'impianto fotovoltaico: un bel costo, ma anche un risparmio... L'azienda fornitrice del fotovoltaico è locale, si è presentata all'Ente, ha fornito le informazioni necessarie per valutare... è un'azienda del posto; si sono presentati da noi, ci hanno detto che ci sono gli incentivi, che la struttura della scuola materna aveva l'esposizione adatta al sole e mi hanno

convinto: mi sono informata su di loro, e poi si tratta di un'azienda locale".

C'è attenzione alle energie alternative, non solo per la salvaguardia dell'ambiente, ma anche per la ricerca di risparmio: "c'è stata la ricerca e l'investimento per l'energia alternativa; attualmente stiamo valutando qualche soluzione per il riscaldamento: una nuova centrale ad olio vegetale, oppure la geotermia; io non ne capisco molto, ma c'è un ingegnere amico che ci consiglia".

Si ammette tuttavia: "per noi è importante il discorso della salvaguardia dell'ambiente, anche se non nascondo che il motivo principale è cercare di recuperare qualcosa sul bilancio" - Casa di riposo.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

3. Soddisfazione per i fornitori

Soddisfazione migliorabile

La soddisfazione per gli attuali fornitori tende a essere per lo più “discreta” e variabile da prodotto a prodotto, da servizio a servizio. Anche quando ci si dichiara soddisfatti si è aperti al miglioramento.

Ci si dichiara abbastanza soddisfatti nei seguenti ambiti di fornitura:

- Farmaci (Casa di cura)
- Apparecchiature mediche (Casa di cura, ospedali)
- Arredi scolastici (Scuole)
- Impianto fotovoltaico (ditta locale)
- Utenze e riscaldamento (es. nei casi in cui si è recentemente passati ad acquisti centralizzati)
- Spese straordinarie di manutenzione (con ditte locali – Scuole)
- Alimentari (es. Lidl, Scuole).

Vengono indicati come ambiti con margini di miglioramento:

- Materiali per pulizie (Casa di riposo)
- Pulizie (Casa di riposo)
- Smaltimento dei rifiuti / rifiuti speciali (Casa di cura / riabilitazione)
- Manutenzioni, piccole riparazioni (più intervistati)

- Telefonia mobile (indicata da più intervistati)
- Servizi postali (Casa di cura)
- Vitto / mense / cucine (in un caso si pensa di tornare a fare cucina internamente dopo un periodo di outsourcing)
- Lavanderia
- Utenze di luce, gas, telefono (“molto dispendiose”, “difficile orientarsi nel mare magnum delle offerte”, non sempre affidabili)
- Disinfestazioni (Casa di Cura)
- Trasporti (“uno dei problemi è il trasporto, vengono qui e magari scaricano in cortile, non va bene!” – Scuole).

E' stato recentemente sostituito un fornitore di candele (“avevano troppo residuo ed era difficile poi pulire”).

Non si pensa di poter avere grossi margini di miglioramento economico nelle attrezzature mediche, perché si tratta in più casi di monopoli (riabilitazione minori).

Secondo qualcuno può succedere di essere insoddisfatti più con i fornitori grandi che con i piccoli (Casa di cura).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

4. Fornitori di fiducia

Il profilo del fornitore di fiducia

Il fornitore di fiducia, che si ha o si vorrebbe avere, ha le seguenti caratteristiche:

- Risponde in tempo, è puntuale, sa intervenire nelle emergenze
- Va incontro alle esigenze
- E' affidabile (si fanno test periodici)
- E' elastico ("ad esempio se sbaglio un ordine")
- Ha effettive credenziali (es. in ambito sanitario, nel campo degli anziani: "oggi i fisioterapisti sono formidabili ma di anziani non sanno nulla!")
- Ha prezzi giusti (molto importante)
- Offre qualità (e servizio, es. modi di consegna)
- E' chiaro nelle comunicazioni, trasparente
- Entra nella filosofia che pone al centro la persona
- Ha relazione con il mondo cattolico, con la Diocesi.

Si cercano fornitori in grado di operare a livello nazionale oppure locale ("noi tendiamo a servirci di fornitori locali, in fondo dipendiamo dal territorio... è importante dare a loro").

Negli Enti con più strutture in fase di centralizzazione degli acquisti si passa dall'artigiano locale a strutture più grandi, soprattutto se si intende esternalizzare un servizio (per le mense è importante che il fornitore sia in grado di rilevare il personale che se ne occupava internamente).

In più casi – soprattutto ma non solo negli Enti più piccoli - il fornitore viene suggerito a livello interpersonale, con il passaparola.

Conoscere nuovi fornitori

E da notare che tutti gli intervistati – anche quelli che si dichiarano soddisfatti dai loro attuali fornitori – sono interessati a conoscerne di nuovi: "Conoscere nuovi fornitori non è un problema ma una opportunità". "Il nostro ufficio fornitori è sempre attento ai nuovi fornitori". "Serve per valutare". "Anche dove siamo soddisfatti è importante venire in contatto con nuovi fornitori, essere aggiornati". "Passo la metà del tempo a incontrare fornitori, ci interessa avere un parco di soggetti cui chiedere".

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

5. L'iniziativa SEVICOL

SEVICOL

Notorietà di SEVICOL. In generale SEVICOL è conosciuta da una minoranza di intervistati, in più casi per la *Settimana della vita collettiva* (anche se non sempre si riesce a partecipare, soprattutto per chi risiede lontano), mentre non è ancora conosciuto il portale.

Reazioni all'iniziativa. Per quanto il fatto di rivolgersi al mondo cattolico sia qualcosa di apprezzato, di per sé non basta (“se un’iniziativa si presenta come ‘cattolica’ la si prende in considerazione, ma poi poi la si valuta”)

Il portale. Il portale – quando chiediamo di parlarne - è giudicato interessante, anche perché se ne frequentano già altri (es. quello della Consip per la PA, la rete Sicomoro, il sito Fund-rising). E' positivo il fatto che sia sempre a disposizione (senza dover viaggiare...) ed è visto come ampliamento delle possibilità di scelta.

L'albo fornitori. Appare interessante un albo dedicato al mondo cattolico, per vedere le offerte, per fare dei confronti. E' importante che offra

una prima scrematura, informando su fornitori affidabili e – per quanto possibile – già valutati (in base al lavoro fatto). E' importante il parere di chi ha avuto esperienza diretta con il fornitore.

Suggerimenti. SEVICOL dovrebbe:

- Farsi conoscere (es. e-mail, ma anche con il passaparola, soprattutto ma non solo nella salute, e i mezzi cartacei , es. L'amico del Clero)
- Suddividere l'informazione per settori merceologici e aree d'intervento
- Dare informazioni di carattere regionale (secondo qualcuno anche a livello provinciale, o addirittura per città, perché è importante il concetto del km zero)
- Curare molto l'accessibilità (“i siti talora sono complicati, fai fatica a trovare quello che cerchi”; “deve essere alla portata anche di persone non giovani né pratiche”)
- Mettere nel portale gli indirizzi dei siti dei singoli fornitori (per un'informazione di dettaglio)
- Avere un ampio comitato scientifico.

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

SINTESI FINALE

Principali elementi emersi

Contesto. L'andamento della vita economica degli Enti non è positivo, con riduzione generalizzata delle entrate, dovuta a tagli dei contributi pubblici (ma anche a ritardi nei trasferimenti) e alle minori disponibilità delle famiglie, che faticano a mantenere i livelli di spesa nelle rette e nelle offerte.

L'esigenza. Un tale andamento ha imposto – in tutti casi esaminati - la necessità di razionalizzare le uscite. Poiché non si intende licenziare (le spese per il personale sono quelle di maggior peso), si è cercato (e si sta cercando) di agire sulle spese per prodotti e servizi.

Voci di spesa. Tra le spese per l'acquisto di beni e servizi sono trasversali quelle per le utenze (elettricità, gas/riscaldamento, telefoni), le manutenzioni ordinarie e straordinarie, le pulizie. Per gli Enti operanti nella salute si evidenziano gli acquisti di farmaci e di apparecchiature medicali. Case di riposo, di cura, ospedali e scuole segnalano le spese per vitto / mense, per la lavanderia.

Tra gli investimenti si notano quelli per nuove apparecchiature medicali (particolarmente ingenti per gli ospedali), per ampliamenti degli spazi, per impianti fotovoltaici.

Strategie. Gli Enti hanno agito (o stanno agendo o hanno intenzione di agire) su tutte queste spese, attraverso quattro principali strategie:

- Ricerca di convenienza (tutti)
- Centralizzazione degli acquisti (quando l'Ente ha più strutture)
- Esternalizzazione servizi
- Investimenti per contenimento costi energia (fotovoltaico).

Vantaggi e contro-indicazioni. Le strategie offrono risparmio ma hanno anche contro-indicazioni.

Convenienza e centralizzazione possono scontrarsi con orientamenti al km zero (i fornitori vicini possono non essere i più economici), con esigenze di relazione con le comunità locali, con bisogni di servizio personalizzato e flessibile (es. i grandi fornitori sono talora più rigidi e standardizzati).

Approfondimento sui processi d'acquisto degli Enti religiosi

SINTESI FINALE

Principali elementi emersi

L'esternalizzazione dei servizi (mensa, pulizie ecc.) libera l'Ente da molte incombenze ma non si vuole far perdere posti di lavoro ai dipendenti (dovrebbero essere assorbiti dal fornitore), e non sempre è conveniente o soddisfacente, a causa anche delle normative (es. spreco degli avanzi che devono essere eliminati).

Gli investimenti per il fotovoltaico danno luogo a risparmi sui costi dell'energia ma richiedono impegni finanziari consistenti per l'impianto.

Il fornitore di fiducia. La descrizione del fornitore di fiducia pone in evidenza la questione dei prezzi, che devono essere "giusti", "convenienti, ma emergono molte esigenze che riguardano non solo la qualità e l'affidabilità del prodotto, la competenza specifica ("i fisioterapisti oggi sono formidabili ma non sanno nulla di anziani") ma anche e soprattutto gli aspetti di relazione (flessibilità, elasticità, puntualità e capacità di intervenire in situazioni d'emergenza), oltre a quelli valoriali (centralità della persona, relazione con il mondo cattolico).

L'ambito d'azione del fornitore può essere diverso in funzione della strategia (importante che sia nazionale o interregionale per gli Enti che centralizzano gli acquisti, che sia locale se si punta sul km zero, sulle comunità, sullo sviluppo locale).

Conoscere nuovi fornitori. L'idea di poter conoscere nuovi fornitori è apprezzata da tutti gli intervistati (fa parte dei loro compiti istituzionali, consente di ampliare la conoscenza sugli acquisti d'interesse, consente di fare confronti).

L'iniziativa SEVICOL. SEVICOL è conosciuta solo da una parte degli intervistati, che l'associano alla Settimana della vita collettiva. Il Portale è bene accolto: tutti gli intervistati utilizzano internet (andare in fiera non sempre è possibile).

Suggerimenti. Si suggerisce a SEVICOL di farsi conoscere (e-mail e passaparola), di offrire un sito facile e accessibile, di offrire informazione ben segmentata (settori merceologici / d'intervento, territorio) su fornitori per quanto possibile già valutati.