



Company Profile

Firenze
Siena
Milano
Roma

Viale Mazzini, 56
Viale Pietro Toselli, 94
P.tta Guastalla 11
Viale Liegi 35b

www.inlacoop.it

Company profile / Business, Administrative & Contact Information

Business name: **Inlacoop Soc. Coop.**

Business type: **società cooperativa tra professionisti**

Company registration number: **Registro Imprese di Firenze 594067; Albo Soc Cooperative A212472**

Tax reference number: **Cod Fisc. 06026080488**

VAT number: **06026080488**

Tel: **0577 221099**

Fax: **0577 073112**

Physical address: **Siena Viale Pietro Toselli, 94**

Postal Address: **53100**

Docex Address: **Firenze – Viale Giuseppe Mazzini, 56**

Banking details:

Bank: **Monte Dei Paschi di Siena**

IBAN: **IT92X0103014206000000281030**

Account manager: **roberto.passini@libero.it**

Account managers details: **Firenze – Via Mazzini, 56**

Company profile / History

La Inlacoop

Sono diverse le cooperative del sapere che operano già in vari settori dell'economia: dalla pianificazione urbana all'edilizia, dai trasporti agli impianti, dall'ambiente ai servizi medici ai servizi alla persona.

*Nell'ambito della Legacoop Toscana, nel gennaio del 2010, è nata Inlacoop, la **prima cooperativa del sapere a carattere multidisciplinare.***

*Il fatto che i suoi soci, **professionisti in differenti settori**, facciano parte di un'unica compagine sociale costituisce un elemento di grande innovazione che rende questa cooperativa capace di rispondere al meglio alle richieste dei vari soggetti economici, richieste che, nell'era della conoscenza sono caratterizzate sempre più da logiche di interprofessionalità e specializzazione. Pensiamo, ad esempio, all'esigenza di conoscere le complesse normative di riferimento di ogni mercato in cui si opera (o in cui si intende operare), oppure alla necessità di comunicare con efficacia e trasparenza la qualità del business intrapreso. Una risposta adeguata e rapida a queste richieste presuppone il possesso di **conoscenze specifiche**, e professionisti che abbiano un **codice comune di valori e modalità di integrazione delle diverse professionalità**. Quindi che non sempre è possibile, opportuno o conveniente, tenere al proprio interno come risorsa strutturale.*

Company profile / History

La Inlacoop

Ma ci sono altri due aspetti del progetto di Inlacoop che, per il loro carattere innovativo, meritano di essere sottolineati.

Il primo riguarda uno dei problemi principali del mercato delle libere professioni, vale a dire l'asimmetria informativa tra il professionista e il cittadino/cliente/consumatore/utente: quando infatti le prestazioni offerte sono molto specialistiche, il beneficiario può non disporre degli strumenti per discriminare tra servizi di alta e bassa qualità. Al fine di garantire una maggiore trasparenza del proprio operato, Inlacoop ha costituito un "comitato scientifico", composto da personalità, ciascuna di riconosciuto prestigio nel proprio settore, con l'obiettivo di monitorare l'attività della cooperativa e di qualificarne le pratiche.

*Il secondo aspetto innovativo riguarda invece l'idea di contribuire a creare e/o gestire, attraverso la logica del project financing, dei fondi di rotazione che possano finanziare dei progetti, ad esempio di internazionalizzazione. Questo meccanismo potrebbe essere utilizzato per **generare meccanismi di aggregazione imprenditoriale** dal basso, così da sfruttare le potenzialità di un'organizzazione territoriale a "rete". Una buona opportunità per tutte quelle imprese che vogliono competere efficacemente nel mercato scommettendo sulla propria innovazione.*

Company profile / History

La Inlàcoop

Inlàcoop, mettendo al servizio delle imprese, dei singoli cittadini e degli enti pubblici le molteplici competenze pluridisciplinari dei suoi soci e partners è in grado di fornire le risposte appropriate a molte criticità (strategiche, giuridiche, economico-aziendali, gestionali, finanziarie, teorico-culturali, ...) che le imprese devono individuare e gestire.

*Il possesso di un ampio e variegato insieme di conoscenze permette infatti a questa cooperativa di occuparsi e di gestire integralmente **tutte le operazioni straordinarie** di impresa,*

*siano esse nella fase di **nascita** (studi e analisi di fattibilità, attuazione e gestione di piani strategici e operativi, ...),*

*in quella di **sviluppo** (studi e analisi di piani aziendali, gestione di progetti formativi, gestione del posizionamento aziendale in ambito domestico che internazionale, ...),*

*in quella di **maturità** o in quella di **declino** (analisi e realizzazione di operazioni di trasformazione o di cessione, gestione di piani di crisi, ...).*

Company profile / History

La Inlacoop

Per fare degli esempi più specifici, Inlacoop è in grado di offrire agli utenti supporto e assistenza per quanto riguarda il reperimento dei fondi che le diverse istituzioni (regionali, nazionali, europee) destinano all'innovazione, di offrire supporto a tutte quelle imprese che vogliono internazionalizzare la loro attività, ma che tuttavia non dispongono delle risorse interne per farlo (ad esempio, della conoscenza della legislazione e prassi comunitaria in materia) o, ancora, di realizzare servizi di consulenza per ridefinire i processi di governance relativi ai passaggi generazionali nella gestione dell'impresa, momenti che, per la complessità dell'approccio richiesto e per diverse altre ragioni, il più delle volte si presentano come criticità non facilmente risolvibili. Orientare futuri imprenditori a definire, impostare e finanziare la propria iniziativa individuale o collettiva. Valutare per conto dell'imprenditore la fattibilità di operazioni di M&A

Si tratta di servizi ad alto "capitale intellettuale", che richiedono una molteplicità di figure professionali delle quali imprese di piccole dimensioni spesso non possono internamente disporre.

Company profile / vision

L' economia basata sulla conoscenza

È da diversi anni ormai che l' espressione “economia basata sulla conoscenza^[1]” è entrata a far parte del nostro vocabolario. Con essa si è soliti riferirsi a nuova fase economica caratterizzata da un considerevole ricorso a “capitale immateriale”. Mentre cioè nei periodi precedenti lo sviluppo e la crescita economica dipendevano soprattutto dall' impiego di “capitale materiale”, il raggiungimento di questi stessi obiettivi tende invece oggi ad essere sempre più in relazione alla conoscenza. È importante sottolineare che conoscere non significa semplicemente disporre di informazioni. Bisogna infatti distinguere tra il possesso di dati e la capacità di saperli trattare, interpretare e usare per i propri scopi: è quest' ultima abilità, che possiamo chiamare cognitiva, quella che sta alla base dell' attuale momento economico.

^[1] Su questo tema si vedano, ad esempio: Foray D., L' economia della conoscenza, Il Mulino, Bologna 2006; Rullani E., Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti, Carocci, Roma 2004; Deiana A., Il capitalismo intellettuale, Sperling & Kupfer, Milano 2007.

Company profile / vision

L' economia basata sulla conoscenza

La centralità della conoscenza, resa ancora più marcata dall' avvento delle ICT (Information and Communication Technology), ha portato a profondi mutamenti del sistema. Oggi le conoscenze viaggiano veloci, cambiano continuamente e sono sempre più specialistiche. Per sopravvivere, le imprese devono essere in grado di farle proprie, così da potersi innovare costantemente: in questa fase, infatti, «la maggior parte del valore viene generato [proprio] dall' innovazione, cioè dall' uso creativo della conoscenza attraverso il suo dispiegamento in tutte le fasi della produzione economica»^[2]. Fondamentale però è importante non cadere nell' errore di associare l' innovazione esclusivamente alla creazione di nuovi prodotti, dal momento che esistono tutta una serie di cambiamenti che, anche se poco tangibili, possono essere estremamente radicali: possono essere tali un mutamento nella struttura organizzativa, oppure una nuova forma di commercializzazione dei prodotti o, ancora, lo sfruttamento di nuovi mercati.

^[2] Deiana A., *Il capitalismo intellettuale*, cit., p. 13.

Company profile / vision

L' economia basata sulla conoscenza

Intesa in questo senso “ampio”, l'innovazione all'interno di un'impresa è un processo profondamente influenzato dal sistema sociale all'interno del quale essa è situata. Tale sistema comprende, ad esempio, istituzioni politiche locali e interregionali, che con le loro scelte possono favorire o meno le strategie imprenditoriali, istituzioni formative ed educative, che rappresentano per eccellenza i luoghi di nascita e di sviluppo della conoscenza, e, soprattutto, istituzioni economiche, che con il loro operare generano conoscenze alle quali può attingere, in forme e misure differenti, un'intera comunità. È dunque possibile sostenere che nell'era della conoscenza, o, come la definisce Jeremy Rifkin, nell'era dell'accesso^[3], il processo di innovazione tende ad avere origine e svilupparsi in modo reticolare piuttosto che lineare. Una caratteristica questa che, lo vedremo tra breve, può diventare fondamentale se promossa e sviluppata nel contesto italiano delle pmi.

^[3] Rifkin J., *The Age Of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-For Experience*, Putnam Publishing Group, New York 2000, tr. It., *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy* (2001), Oscar Mondadori, 2007. Scrive ad esempio Rifkin: «per tutta l'era moderna, proprietà privata e mercati sono stati sinonimi; anzi, la stessa economia capitalistica è fondata sull'idea di scambio di beni in liberi mercati [...]. Nella nuova era, invece, i mercati stanno cedendo il passo alle reti e la proprietà è progressivamente sostituita dall'accesso [...]» (pp. 5-6).

Company profile / vision

L'impresa nell'era della conoscenza

*Se la parola d'ordine per molte delle imprese che oggi vogliono stare nel mercato è “innovazione costante”, allora la prima caratteristica che esse devono avere «è la capacità di **interpretare** il nuovo e il sorprendente, metabolizzando e industrializzando le innovazioni senza troppi attriti»^[1]. A tal fine, esse devono investire in tutti quei canali di **accesso alla conoscenza** (tecnologica, dei mercati, legale, gestionale, comprensione dei meccanismi comportamentali e motivazionali...) fondamentali alla propria vita economica.*

^[1] Rullani E., *Economia della conoscenza*, cit., p. 48.

Company profile / vision

Le pmi e l'impresa cooperativa nell'era della conoscenza

*Investire in conoscenza è costoso, e in contesti caratterizzati da imprese di piccole o medie dimensioni questo fatto può costituire un ostacolo difficilmente superabile. È questo il caso, ad esempio, delle pmi italiane. Se una grande impresa può avere a disposizione le risorse umane, organizzative e finanziarie sufficienti a gestire all'interno di sé stessa il processo di innovazione, una piccola o media impresa spesso non dispone delle stesse risorse. La portata innovativa di quest'ultima dipende piuttosto dalla sua capacità di essere in relazione dinamica con il sistema sociale in cui si trova ad operare: con la capacità, quindi, di fare rete con altre istituzioni e di essere prontamente recettiva verso le nuove conoscenze che da tale collaborazione possono liberarsi. Come osserva Enzo Rullani, «nell'era della conoscenza, è diventato evidente il fatto che **crescita economica e posizionamento competitivo dipendono [...] ad esempio dalla quantità e qualità dei processi di apprendimento realizzati**; dalla possibilità di accedere alle conoscenze distribuite in reti ampie e affidabili di specialisti esterni e partners strategici; e, infine, dalla capacità di propagare, in bacini di uso sempre più ampi, le conoscenze possedute, estraendone, alla fine, il massimo valore possibile»^[2].*

^[2] Rullani E., *Economia della conoscenza*, cit., p. 43.

Company profile / vision

Le pmi e l'impresa cooperativa nell'era della conoscenza

*La sfida dunque, per la pmi, ed in particolare l'impresa cooperativa è quella di riuscire ad attivare un circolo virtuoso di relazioni tra istituzioni che possa alimentare un vantaggioso processo di conoscenza-innovazione[3]. In quest'ottica è possibile guardare con interesse alle società di liberi professionisti. Considerata la loro struttura, quest'ultime possono infatti fungere da **connettore tra diversi soggetti economici**, rispondendo in modo efficiente ai loro bisogni e alle loro richieste. In proposito, vorremmo proporre una breve riflessione sulle cosiddette **"cooperative del sapere"**, un'esperienza su cui Legacoop ha già ormai da diverso tempo posto la propria attenzione. La cooperativa, infatti, è una forma societaria che può riuscire a rispondere in modo adeguato non solo alle esigenze delle imprese ma, nello stesso tempo, anche a quelle dei professionisti associati[4].*

[3] Sull'importanza, anche a livello globale, di espandere la cooperazione interistituzionale si veda, ad esempio: Sen A. K., *Democrazia cooperativa e globalizzazione, relazione tenuta a Bologna il 27 ottobre 1998 nel corso di un Work Shop organizzato da Legacoop nazionale, pubblicata in Libertà e cooperazione. Storia e attualità della cooperazione in Italia, «Il Ponte», Anno LVI, nn.11-12 (nov./dic. 2000), in particolare le pp. 110-112.*

[4] Per approfondire il tema delle cooperative del sapere si vedano: Legacoop Bologna (a cura di), *Cogito ergo coop. Cooperazione e professioni, Kitchen, Bologna 2008* (scaricabile gratuitamente dal sito internet: www.legacoop.bologna.it); Legacoop e CIU (a cura di), *Le cooperative del sapere. La nuova frontiera delle professioni intellettuali, Edizioni Cooperative s.c.a.r.l., Roma 2009* (scaricabile gratuitamente dal sito internet: www.legacoop.it); *Convegno Legacoop, Professionisti in cooperativa. La riforma delle professioni intellettuali, 20 novembre 2007* (audio gratuitamente ascoltabile al sito internet: www.radioradicale.it).

Company profile / mission

Le cooperative del sapere

L'Alleanza Cooperativa Internazionale (ICA) definisce cooperativa «un'associazione autonoma di persone che si uniscono volontariamente per soddisfare i propri bisogni economici, sociali e culturali e le proprie aspirazioni attraverso la creazione di una società di proprietà comune e democraticamente controllata»^[1]. Da questa definizione emergono almeno tre punti che vale la pena sottolineare.

In primo luogo, merita di essere sottolineato il carattere comune della proprietà di una cooperativa: essa è appartenuta ai soci passati, appartiene ai soci presenti, e apparterrà ai soci futuri. Questo fatto fa delle cooperative un patrimonio anche per le generazioni future.

In secondo luogo, è necessario evidenziare che le cooperative sono organizzazioni democraticamente controllate dai propri soci, i quali, indipendentemente dal capitale versato, godono degli stessi diritti di voto (un testa, un voto). Non è così nelle imprese capitalistiche, dove i voti assegnati sono proporzionali al capitale versato (una azione, un voto).

Infine, va sottolineato un ultimo principio base dell'idea cooperativa, quello di mutualità. Lo scopo della cooperativa infatti non è quello di remunerare, proporzionalmente alla quantità e al più alto tasso possibile, il capitale versato dai soci (scopo di lucro) ma, al contrario, quello di soddisfare attraverso la propria attività i loro bisogni. In altre parole, il fine della cooperativa consiste nel remunerare la prestazione di lavoro o beni offerta ai soci (lo scambio mutualistico) alle migliori condizioni possibili e in proporzione alla quantità e qualità degli scambi intrattenuti con la cooperativa.

^[1] International Cooperative Alliance, Manifesto dell'identità cooperativa, Manchester 1995, consultabile gratuitamente al sito internet: www.coop.org.

Company profile / mission

Le cooperative del sapere

La ragione più importante per cui queste caratteristiche possono far sì che una cooperativa sia in grado di rispondere in modo ottimale alle esigenze dei professionisti associati risiede nella centralità assegnata al socio-persona. La cooperativa infatti, in virtù del suo carattere democratico e mutualistico, può rappresentare un utile strumento per proteggere e valorizzare proprio quell'elemento personale alla base di tutte quelle professioni dove è soprattutto la "conoscenza" a contare. Per questa stessa ragione, sul versante dell'offerta, essa può distinguersi per una chiara e trasparente presa di responsabilità nei confronti dei cittadini, delle imprese e degli enti pubblici, e dunque per un più efficiente sistema di relazioni sociali.

Inoltre, un altro importante vantaggio che la forma cooperativa possiede riguarda l'apertura verso i giovani. Il suo carattere intergenerazionale (si veda, in proposito, anche il primo dei sette principi dell'identità cooperativa sanciti dall'ICA, quello della "porta aperta") la rende adatta a promuovere politiche di occupazione giovanile, ad esempio sfruttando le potenzialità (quelle positive) della categoria del "socio in prova".

Company profile / Business concept / Services

I Servizi offerti

Strategia aziendale: valutazione del modello di business, innovazione tecnologica, internazionalizzazione,

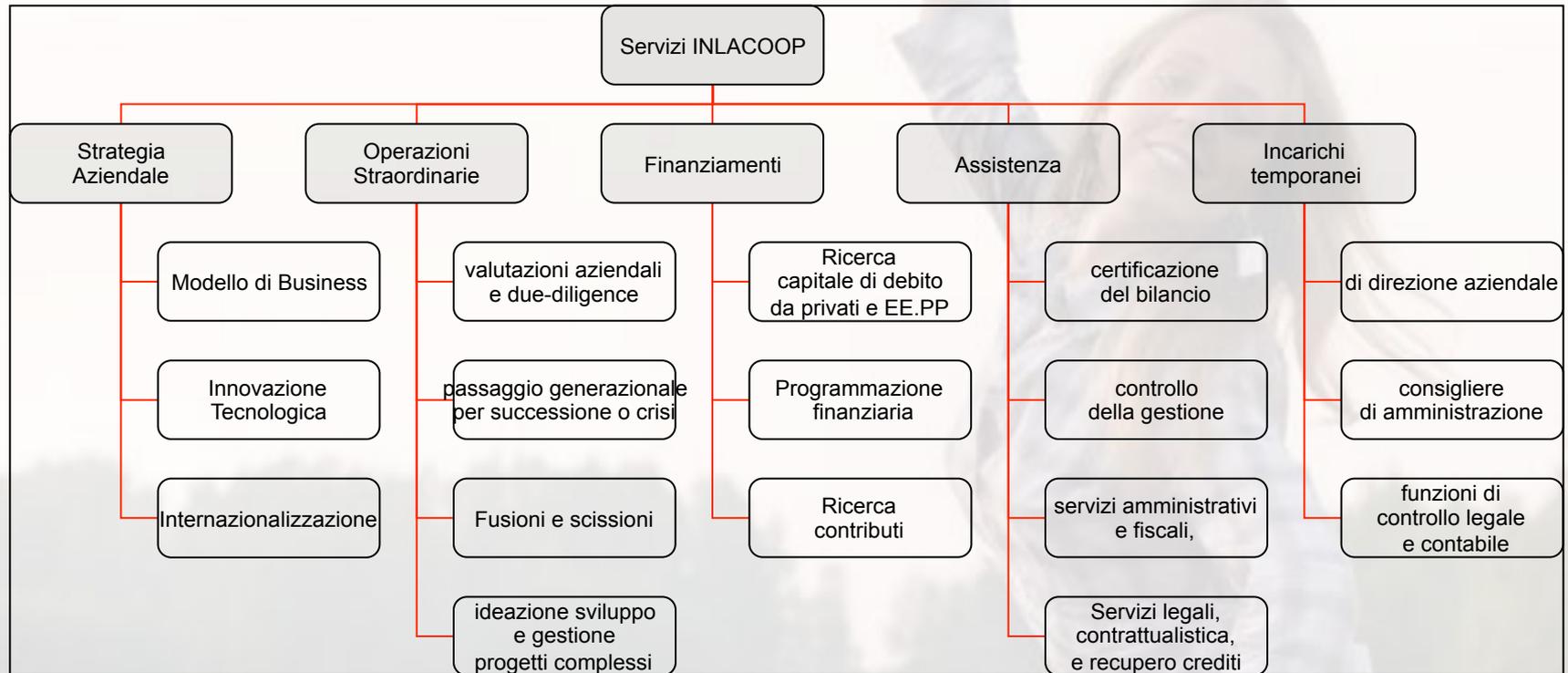
Operazioni straordinarie: valutazioni aziendali, due-diligence, assistenza nel passaggio generazionale per successione o crisi d'impresa, assistenza per fusioni, scissioni, ideazione sviluppo e gestione di progetti complessi

Ricerca e gestione **finanziamenti** privati e pubblici, anche a fondo perduto

Assistenza ordinaria all'impresa: recupero crediti, controllo legale dei conti e certificazione del bilancio, controllo della gestione, servizi amministrativi e fiscali, programmazione finanziaria

Incarichi temporanei di direzione e controllo: assunzione temporanea di incarichi di direzione aziendale, funzioni di consigliere di amministrazione, funzioni di controllo legale e contabile

Company profile / Business concept / Services



Company profile / Management & Ownership / Senior Partners

Soci e loro profilo professionale

Carli Sergio – Commercialista revisore contabile in Siena

De Caterini Paolo – Prof. Avvocato in Roma, Università Luiss G.Carli

Milani Francesco – Commercialista revisore contabile in Firenze

Passini Roberto – Avvocato in Firenze

Silvia Larese – Avvocato in Firenze

Zanella Carlo – Economista aziendale in Bolzano

Zucca Giancarlo – Commercialista revisore contabile in Siena

Carli Giulio – Pubbliche relazioni, consulente commerciale in Firenze

Company profile / Management & Ownership / Collaborators

Collaboratori e loro profilo professionale

Albanese Marco - avvocato in Milano

Bandini Andrea - avvocato in Roma

Burschtein Giuseppe - consulente in comunicazione aziendale in Firenze

Consoli Angelo - european office director Cetri Tires (the office of Jeremy Rifkin)

D'Alessio Simone - consulente tributario in Siena

Fenizzi Alessandra - consulente Cetri Tires

Galossi Romano - consulente relazioni pubbliche

Iengo Ettore - avvocato in Roma

Mathias Mesquita - consulente relazioni mercato Africano

Roda Riccardo - architetto in Firenze

Salera Maurizio - consulente finanziario

Scalera Dover - avvocato in Roma

Scarafuggi Massimo - commercialista revisore contabile in Firenze

Soldati Massimo - tecnico industriale

Solimeno Paolo - avvocato in Firenze

Company profile / Management structure

Soci

Passini Roberto

Carli Sergio

De Caterini Paolo

Larese Silvia

Milani Francesco

Zucca Giancarlo

Zanella Carlo

Consiglio di amministrazione

Passini Roberto - Presidente

Carli Sergio - Vice Presidente

De Caterini Paolo

Milani Francesco

Zucca Giancarlo

Comitato scientifico

Consoli Angelo

Galossi Romano

Internazionalizzazione/ Internationalization

La Inlàcoop è una società di professionisti in grado di mettere a disposizione le proprie esperienze nell'assistenza all'internazionalizzazione di impresa.

Si riportano a titolo esemplificativo alcuni servizi di consulenza strategica, operativa e logistica a favore delle Imprese che intendono operare sui mercati esteri.

I servizi vengono forniti dalla Inlàcoop e dal suo Network (aziende e studi professionali) in un'ottica di identificazione di percorsi personalizzati e sviluppo di strategie mirate per ogni singola realtà.

- analisi del mercato target, finalizzata alla rilevazione delle opportunità di business.*
- ricerca di eventuali partner finanziari, industriali e commerciali.*
- gestione diretta di rami d'azienda e di filiali all'estero*
- progetti di outsourcing*
- business due diligence*
- piani di ristrutturazione finanziaria, economica, patrimoniale e societaria*
- delocalizzazione produttiva*
- sviluppo di accordi con partner in loco*
- identificazione di percorsi personalizzati & sviluppo di strategie mirate per ogni singola realtà*

Internazionalizzazione/ Internationalization

Si riportano a titolo esemplificativo alcuni servizi di consulenza strategica, operativa e logistica a favore delle Imprese che intendono operare sui mercati esteri.

Servizi e project finance

- *progettazione, realizzazione e gestione di impianti di produzione di energie rinnovabili quali impianti fotovoltaici, eolici e minieolici, idroelettrici, biomasse*
- *progettazione e realizzazione di impianti civili ed industriali anche in grandi infrastrutture come centri commerciali, ospedali, università, ecc*
- *progettazione e realizzazione di impianti per trattamenti acque da depurare*
- *progettazione e realizzazione di edilizia green building*
- *progettazione e realizzazione di edilizia abitativa industriale e commerciale tradizionale*
- *progettazione e realizzazione di lavori per l'efficientamento energetico di strutture esistenti*

Forniture

- *Forniture di impianti e materiali sanitari e biomedicali*
- *forniture di attrezzature didattiche ad uso sanitario*
- *fornitura di materiali lapidei (travertino toscano e centro Italia)*
- *forniture ceramiche e piastrelle*
- *forniture di impianti domestici di riscaldamento termico*

Company profile / Internationalization network

Composizione del network nei servizi di internazionalizzazione delle imprese area Servizi e Project Finance



Company profile / Internationalization network

Composizione del network nei servizi di internazionalizzazione delle imprese area Sanitaria e Biomedicale

