

**Dalla rendicontazione all' **impatto**.**

**Un **percorso condiviso** di realizzazione del  
**Social Impact Report 2015 di For.B****

# Perché confrontarsi con il tema dell'impatto?

1. Dal servizio (prestazione) al **supporto** (**relazione**)
2. Dall'esecuzione alla **trasformazione**
3. Dalla separazione alla **co-produzione**



Dall'erogazione  
all'impatto

*Da output ad outcome*

- Indicazioni a livello europeo (CESE, 2013): obiettivo della misurazione dell'impatto sociale deve essere «**misurare gli effetti sociali e l'impatto sulla società** determinati da specifiche attività di un'impresa sociale» e «qualsiasi metodo di misurazione va elaborato **a partire dai risultati principali ottenuti** dall'impresa sociale, deve **favorirne le attività**, essere **proporzionato** e non deve ostacolare **l'innovazione sociale**»
- Riforma italiana sul Terzo settore e sulle imprese sociali:
  - **art. 7** – per valutazione dell'impatto sociale si intende la **valutazione qualitativa e quantitativa**, sul **breve, medio e lungo periodo**, degli **effetti** delle attività svolte sulla comunità di riferimento rispetto all'obiettivo individuato.
  - **art. 4** – “valorizzazione degli enti nella fase di **programmazione (l. 328/2000)**, a livello territoriale, relativa anche al sistema integrato di interventi e servizi socio-assistenziali nonché di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale” e di “**affidamento** agli enti **dei servizi** d'interesse generale” che devono essere “improntati al rispetto di *standard* di qualità e **impatto sociale** del servizio [...]”
  - **art. 10** – la **Fondazione Italia Sociale** è volta a sostenere, mediante apporto di risorse finanziarie e competenze gestionali, la realizzazione e lo sviluppo di interventi innovativi da parte di enti del Terzo settore, caratterizzati dalla produzione di beni e servizi con un **elevato impatto sociale** e occupazionale e rivolti, in particolare, ai territori e ai soggetti maggiormente svantaggiati.

**NON È VERO CHE NON SI PUÒ MISURARE E VALUTARE L'INTANGIBILE**

*(Human Development Index, rapporto Stiglitz-Sen-Fitoussi, Better Life Index, Social Progress Index, World Happiness Report, BES, ...)*

# Perché misurare l'impatto?

**#1** Perché la produzione di valore aggiunto sociale aumenta il **capitale reputazionale** dell'organizzazione stessa.

*«Le **imprese di successo** sono quelle che si concentrano sulla **responsabilità** piuttosto che sul potere, sulla **tenuta di lungo periodo** e sulla **reputazione della società** piuttosto che accumulare risultati di breve termine l'uno sopra l'altro» (Drucker, 1993)*

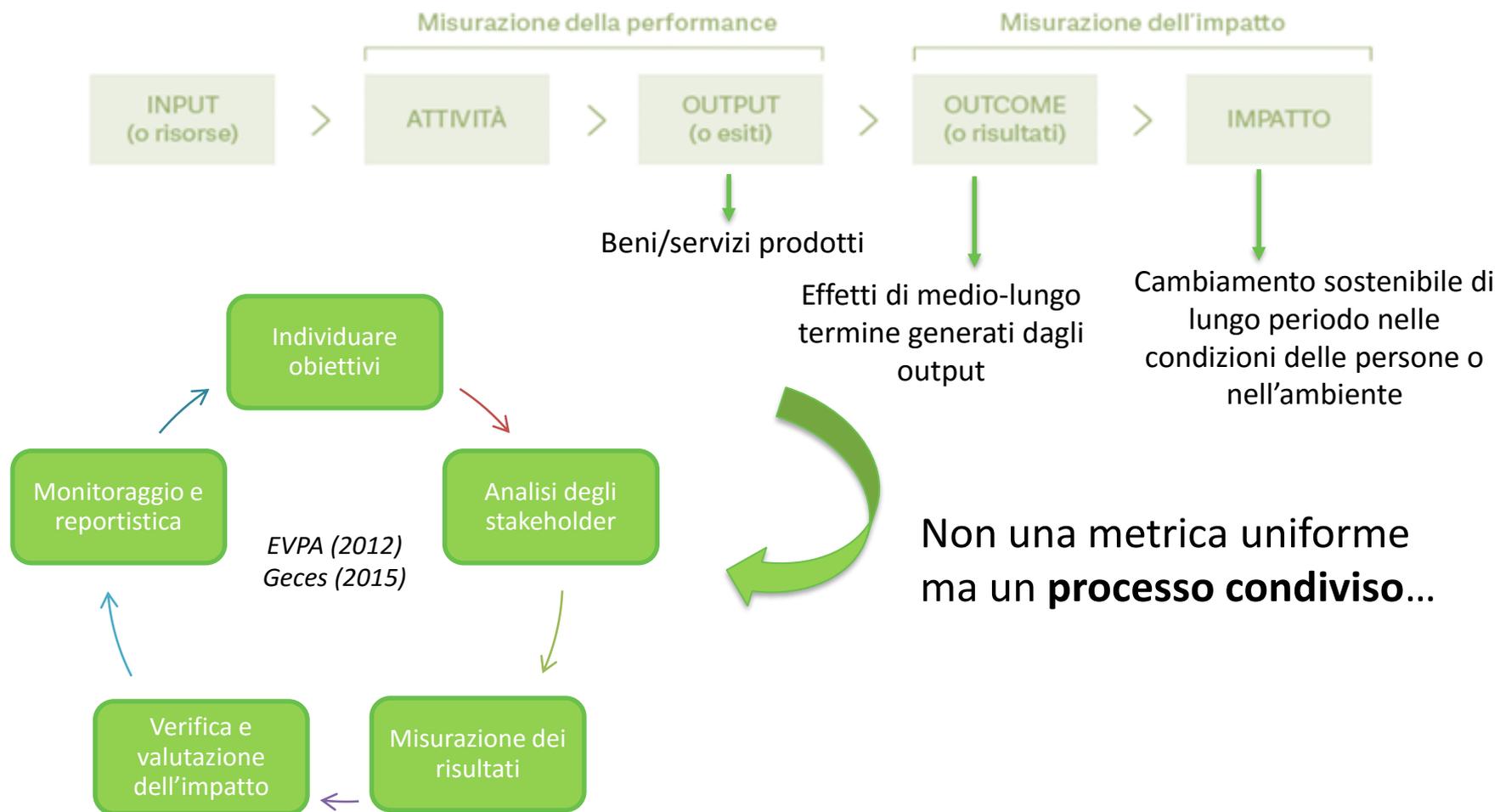
**#2** Perché esiste una correlazione tra valore sociale prodotto nei confronti dei propri dipendenti e l'**aumento della produttività del lavoro** di questi ultimi.

**#3** Per accrescere il **potere di negoziazione** e una **maggiore capacità di dialogare con e influenzare le istituzioni locali**.

**#4** Per abilitare **relazioni di co-produzione** dei servizi.

# Come misurare l'impatto?

## La catena del valore dell'impatto (*teoria del cambiamento*)



# Approcci e strumenti utilizzati a livello internazionale (1)

## Monetari

- BACO ratio (Best Available Charitable Option)
- Blueprint 1.0
- CBA (Cost-Benefit Analysis)
- Ebrahim and Rangan
- EVAS (Expanded value added statement)
- Expected Return
- Gamma model
- GRI Sustainability Reporting Framework
- LM3 (Local Multiplier 3)
- SROI (Social Return On Investment)

## Non monetari

- Balanced Scorecard
- Base of pyramid impact assessment framework
- B-impact rating system
- CEA (Cost-Effectiveness analysis)
- Comparative Constituency feedback
- Dalberg Approach
- Ecological Footprint
- IRIS (Impact Reporting & Investment Standards)
- Logical Framework Approach
- Outcome mapping
- Outcomes star
- Performance assessment model for social enterprises
- Public Value Score Card
- RCT (Randomized controlled trials)
- SAA (Social Auditing and Audit)
- SIMPLE (Social impact measurement for local economies)
- SIRA (Social Investment Risk Assessment)
- SRS (Social Reporting Standards)

# Approcci e strumenti utilizzati a livello internazionale (2)

## Misti

- Bagnoli and Megali Model
- CARS (CDFI Assessment and Rating System)
- CIVICUS Civil Society Index (CSI)
- Compass Index Sustainability assessment
- DOTS (Development Outcome Tracking System)
- Global Civil society Index
- HIP Scorecard & Framework
- MIAA (Methodology for Impact Analysis and Assessment)
- PPI (Progress Out of Poverty Index)
- PROI (Political Return on Investment)
- SIA (Social Impact Assessment)

# Costruire un *framework* per la misurazione dell'impatto

IMPATTO  
SOCIALE E  
VALORE  
AGGIUNTO

**Qualità positive** che definiscono l'identità di un'organizzazione e producono un **cambiamento positivo** nel contesto di riferimento, differenziandola dalle altre organizzazioni.

**Non uno standard...ma un processo costruito con e per la comunità...**



## GRIGLIA DI VALUTAZIONE

DIMENSIONI

SOTTO-DIMENSIONI

INDICATORI

PUNTEGGI

PESI

1. Sostenibilità economica

2. Governance democratica e inclusiva

3. Partecipazione dei lavoratori

4. Resilienza occupazionale

5. Relazioni con la comunità e il territorio

6. Conseguenze sulle politiche pubbliche

7. Promozione dell'imprenditorialità

# Il valore aggiunto dell'inserimento lavorativo



Dimensioni	Indicatori	Peso
1. Riduzione dello svantaggio e crescita personale	1.1. Mancata assistenza socio-sanitaria 1.2. Monitoraggio dei risultati raggiunti nei confronti dei lavoratori svantaggiati 1.3. Raggiungimento dell'indipendenza economica dell'individuo dalla propria famiglia e da supporti pubblici 1.4. Realizzazione di attività che fanno entrare in contatto il lavoratore svantaggiato con la comunità	40
2. Crescita professionale dei lavoratori svantaggiati	2.1. Grado di identificazione delle abilità e delle propensioni della persona svantaggiata 2.2. Realizzazione di percorsi di inserimento individualizzati	20
3. Supporto alla famiglia del soggetto svantaggiato	3.1. Servizi ulteriori offerti a supporto dei lavoratori e delle famiglie 3.2. Realizzazione di attività che coinvolgono anche familiari del lavoratore	20
4. Risparmio della spesa pubblica	4.1. Numero di soggetti svantaggiati occupati (per tipologia di svantaggio – certificato e non) 4.2. Maggiore efficienza derivante dall'esternalizzazione dei servizi offerti	20
5. Relazioni con la comunità e il territorio	5.1. Realizzazione di iniziative sociali rivolte alla comunità o che prevedono il coinvolgimento della comunità 5.2. Presenza di politiche di sostenibilità ambientale e relativi strumenti	10

# La costruzione del **Social Impact Report 2015** di **For.B** (1)

## OBIETTIVO

Dare evidenza dell'impatto generato in termini economici e sociali dalla cooperativa attraverso le proprie attività.

1. Analisi di *benchmarking* del modello di *impact report*

2. Scelta e adozione di un modello di *impact report*

3. Raccolta dati (quantitativi e qualitativi) relativi alle singole attività

## PERCORSO CONDIVISO AICCON-FOR.B

4. Analisi delle attività svolte e definizione delle aree di impatto di For.B

5. Elaborazione dati raccolti per area di impatto

6. Realizzazione del Social Impact Report

# La costruzione del Social Impact Report 2015 di For.B (2)

1. Analisi di *benchmarking* del modello di *impact report*



2. Scelta e adozione di un modello di *impact report*

# La costruzione del **Social Impact Report 2015** di **For.B** (3)

3. Raccolta dati  
(quantitativi e  
qualitativi) relativi  
alle singole attività

<b>FONTI UTILIZZATE</b>	<b>TIPOLOGIA DATI RACCOLTI</b>
Bilancio d'esercizio	Quantitativi
Bilancio sociale	Quantitativi/qualitativi
Altra documentazione relativa alla Coop.va (piano di sviluppo, organigramma, ...)	Quantitativi/qualitativi
Interviste alla Direzione di For.B	Quantitativi/qualitativi
Interviste con stakeholder di riferimento per realizzazione di storytelling (n. 5)	Qualitativi
Questionario rivolto ai lavoratori svantaggiati	Qualitativi

# La costruzione del Social Impact Report 2015 di For.B (4)

4. Analisi delle attività svolte e definizione delle aree di impatto di For.B

INPUT	ATTIVITÀ	AREA DI IMPATTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ RISORSE MONETARIE</li> <li>○ RISORSE UMANE</li> </ul>	<p>Cura del verde, DDDS, FunghiBox, Gestione canile, Gestione parcheggi, Gestione stazioni di servizio, Agricoltura sociale e L'Altro Giardino, L'Apebianca, Pulizia Stradale, Raccolta differenziata, Servizi cimiteriali, Manutenzione e segnaletica stradale.</p>	 <p><b>INCLUSIONE SOCIALE</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ RISORSE MONETARIE</li> <li>○ RISORSE UMANE</li> </ul>	<p>Cura del verde, DDDS, FunghiBox, Gestione canile, Gestione parcheggi, Gestione stazioni di servizio, Agricoltura sociale e L'Altro Giardino, L'Apebianca, Pulizia Stradale, Raccolta differenziata, Servizi cimiteriali, Servizi di pulizia, Manutenzione e segnaletica stradale.</p>	 <p><b>BENESSERE PER LA COMUNITÀ</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ RISORSE MONETARIE</li> <li>○ RISORSE UMANE</li> </ul>	<p>Agricoltura sociale e L'Altro Giardino.</p>	 <p><b>RIGENERAZIONE DEGLI ASSET COMUNITARI</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ RISORSE MONETARIE</li> <li>○ RISORSE UMANE</li> </ul>	<p>FunghiBox, Agricoltura sociale e L'Altro Giardino, L'Apebianca.</p>	 <p><b>INNOVAZIONE SOCIALE E SVILUPPO</b></p>

**CORE BUSINESS DI FOR.B**

# La costruzione del Social Impact Report 2015 di For.B (5)

5. Elaborazione dati raccolti per area di impatto

Qual è la quota parte di **INVESTIMENTI** totali che ogni singola area di impatto attrae?

**RISORSE UMANE  
SVANTAGGIATI  
FATTURATO**

La produzione del valore in For.B è redistribuita su più aree

1€ investito da For.B si ripercuote su una pluralità di aree:

INCLUSIONE SOCIALE

BENESSERE PER LA COMUNITÀ

RIGENERAZIONE COMMUNITY ASSET

INNOVAZIONE SOCIALE E SVILUPPO

## OVERVIEW DELL'IMPATTO GENERATO

INCLUSIONE SOCIALE	BENESSERE PER LA COMUNITÀ	RIGENERAZIONE DEGLI ASSET COMUNITARI	INNOVAZIONE SOCIALE E SVILUPPO
% INVESTIMENTI (Escluse spese di struttura)			
<b>96%</b>	<b>100%</b>	<b>5,1%</b>	<b>23,9%</b>
% INVESTIMENTI (Incluse spese di struttura)			
<b>66,8%</b>	<b>69,6%</b>	<b>3,5%</b>	<b>16,6%</b>
% RISORSE UMANE	% RISORSE UMANE	% RISORSE UMANE	% RISORSE UMANE
<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>2,7%</b>	<b>9,1%</b>
% SVANTAGGIATI	% SVANTAGGIATI	% SVANTAGGIATI	% SVANTAGGIATI
<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>7,9%</b>	<b>18,4%</b>
% FATTURATO	% FATTURATO	% FATTURATO	% FATTURATO
<b>99,4%</b>	<b>100%</b>	<b>2,2%</b>	<b>12,1%</b>

# La costruzione del Social Impact Report 2015 di For.B (7)

## 6. Realizzazione del Social Impact Report

### PARTE 1 – IDENTITÀ

- Illustrazione della struttura organizzativa e del modello di *governance* di For.B, al fine di mostrarne il funzionamento in quanto parte fondamentale in termini identitari e, pertanto, di contributo alla generazione dell'impatto, nonché le prospettive di sviluppo quale elemento strategico per dare continuità alla produzione di ricadute positive per la comunità.

### PARTE 2 - OUTPUT

- Evidenza del raggiungimento dei *key performance indicators* (KPIs) di For.B, in termini sia di produzione di valore economico che sociale.

### PARTE 3 - IMPATTO

- Descrizione delle 4 aree e del contributo delle singole attività di For.B alla generazione dell'impatto, sia in termini economici che sociali.

# La costruzione del **Social Impact Report 2015** di For.B (6)

## 6. Realizzazione del Social Impact Report



*Grazie per l'attenzione!*

[sara.rago@unibo.it](mailto:sara.rago@unibo.it)

@sara\_rago