

Impatto sociale & Filantropia Strategica

del Centro Studi Lang, 2015

Impatto sociale: un tema scottante in campo filantropico, e non solo. Se per tanti anni nell'ambito del sociale/non profit si è operato senza dare troppo peso ai concetti di misurazione, sostenibilità, impatto, questi termini si trovano oggi invece in primo piano come risultato della crisi economica, di una generale contrazione delle risorse messe a disposizione dal welfare pubblico, e non ultimo di una maggior attenzione da parte dei donatori ai risultati della propria azione filantropica.

Che si parli di filantropia tradizionale, venture philanthropy o impact investing, infatti, il tema della misurabilità dell'impatto generato emerge in maniera sempre più preponderante come fil rouge: se nella classica modalità di erogazione via grant, infatti, l'attenzione al cambiamento prodotto nelle vite dei beneficiari finali rimane un fattore variabile a seconda dell'inclinazione (e dell'attenzione) dell'ente o privato erogatore, esso diventa un requisito indispensabile nei più recenti approcci di social investing che sottopongono la remunerazione finanziaria degli investitori all'effettiva generazione di un risultato sociale economicamente quantificabile.

La tensione verso la dimostrabilità dei risultati sta creando un movimento crescente nel settore sociale verso pratiche più efficaci e l'adozione di nuovi strumenti di importazione anglosassone; come la Theory of Change, metodologia specifica per la pianificazione, valutazione e comunicazione (interna ed esterna all'organizzazione) dell'impatto sociale, emersa negli anni '90 presso l'Aspen Institute e perfezionata a più riprese. Il più recente testimone in Italia di questo movimento è David Hunter, ospite d'onore al Lang Philanthropy Day 2014 e guru per il settore americano con il suo modello creato ad hoc per aiutare non-profit e progetti pubblici a massimizzare la propria efficacia.

Una tesi sostenuta dai dati: se una ricerca americana sullo "stato della valutazione" condotta dall'Innovation Network ha evidenziato che il 95% delle organizzazioni non profit destina un budget di circa il 5% dei propri ricavi alla misurazione delle proprie attività sociali, in Italia un terzo delle organizzazioni non profit valuta regolarmente l'impatto prodotto per migliorare l'efficacia dei servizi forniti, ampliare la propria visione strategica, e comunicare agli stakeholder il valore sociale prodotto.

Cosa s'intende per misurazione dell'impatto sociale?

La misurazione del valore sociale è il tentativo di fornire una rappresentazione oggettiva del cambiamento avvenuto cioè dei risultati a lungo termine depurati da quello che sarebbe successo in ogni caso, dalle azioni intraprese e le relative conseguenze non intenzionali (positive e/o negative).

Perché misurare l'impatto sociale?

- Dimostrare in modo trasparente e verificabile se le azioni intraprese producono un reale cambiamento e se il cambiamento produce un beneficio sulle persone o comunità.
- Dimostrare l'effettivo ritorno sociale degli investimenti ricavando un numero o un valore monetario.
- Rafforzare la comunicazione del valore del proprio lavoro.
- Attrarre finanziamenti.
- Confrontare le prestazioni rispetto agli altri settori.
- Aumentare il coinvolgimento e la partecipazione degli stakeholder.
- Migliorare la pianificazione strategica ed organizzativa.
- Accrescere la credibilità e la capacità di rendicontazione.
- Motivare il proprio team grazie ad obiettivi oggettivamente misurabili.
- Valutare e monitorare i propri progetti.

Quali approcci alla misurazione di impatto?

- **Sroi (social return of investment)**, il calcolo del ritorno sociale dell'investimento. Si ispira al più conosciuto indice economico Roi. Considera però non solo i risultati quantitativi di un'attività svolta (output)

ma anche i benefici immateriali derivanti da quell'attività (outcome), definendo un indice che esprime il rapporto tra risorse investite e impatto ottenuto.

- Balanced Scorecard come la BSC adattata da Kaplan (2001)
- Modello di giustizia nella gestione di soggetti organizzativi di Simmons (2003)
- Modello BSC di Bull (2007)
- Social Enterprise Scorecard Balanced (SEBSC) proposto da Somers (2005)
- Sistema di controllo multidimensionale proposto da Bagnoli & Megali (2011).
- Aid Effectiveness Movement (progetti di cooperazione).

Dati

- Il valore generato dal Terzo settore italiano, secondo gli ultimi dati Istat, è pari a 64 miliardi di euro. Il non profit dà lavoro a 680mila persone e continua a ricevere fiducia da parte dei cittadini donatori nonostante la crisi: secondo l'Istituto Italiano della Donazione, nel 2013 il 47% delle organizzazioni ha potuto contare sullo stesso volume di entrate dell'anno precedente, mentre il 27% le ha viste addirittura crescere.
- Il 32% delle ONP valuta regolarmente sia outcome che impatti delle proprie attività; il 31,5% valuta prevalentemente gli output, mentre l'8,7% realizza questo tipo di misurazioni sporadicamente.
- Valutare continua a risultare difficile soprattutto per mancanza di fondi (45,8%), per mancanza di competenze (37,3%) e per mancanza di strumenti (29%). Bassa la percentuale di chi realizza questo tipo di misurazioni per rispondere ad una specifica richiesta degli enti finanziatori (19% vs 52% in UK).
- UK: in Gran Bretagna il 70% delle associazioni misura in modo regolare l'impatto delle proprie attività.
- USA: Innovation Network ha evidenziato che il 95% delle organizzazioni non profit destina un budget di circa il 5% dei propri ricavi alla misurazione delle proprie attività sociali sia per uso interno (allineamento CdA, pianificazione programmi, allocazione risorse) che esterno (comunicazione, fundraising, proposte di partnership etc.)

Un esempio

Lacor Hospital

Il Centro Studi Lang ha curato la misurazione, realizzata grazie al sostegno di Fondazione Cariplo, calcolando il valore monetario del cambiamento prodotto dal Lacor Hospital, nel distretto di Gulu e nel territorio circostante, in Uganda, nei quattro anni di attività fra il 2010 e il 2014 e ha utilizzato l'indicatore Sroi (Social Return on Investment): **per ogni euro donato dalla Fondazione Piero e Lucille Corti, che sostiene economicamente l'ospedale, nel territorio sono stati generati 2,74 euro** (dato Sroi di efficacia dell'investimento filantropico). Ragionando su base annua, la donazione di 2.619.765,98 euro effettuata da Fondazione Corti tra il 2013 e il 2014 all'ospedale ugandese ha prodotto un ritorno sociale pari a 7.176.042,27 euro. Lo Sroi ratio è stato calcolato ponendo a confronto il valore di output e outcome (le risorse immesse nel territorio grazie all'indotto di commerci e servizi prodotti dalla presenza del Lacor Hospital nel distretto di Gulu) con l'importo delle donazioni erogate al Lacor Hospital (input).

Per maggiori informazioni www.fondazione-langitalia.it