



Funded by the
European Union



Social impact indicators identification: un'analisi degli indicatori di impatto sociale

Elisa Chiaf, Chiara Carini - Socialis

Presentazione dei risultati del progetto
Attracting communities towards social enterprise investment - ACT SOCIAL
23 giugno 2015 - Università degli Studi di Brescia



Funded by the
European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

Obiettivo della ricerca

Fornire una pratica guida operativa in tema di strumenti e metodi di misurazione dell'impatto delle imprese sociali, con un dettaglio specifico per le organizzazioni partecipanti al progetto ACT SOCIAL.

Step della ricerca

- Rassegna teorica sul tema della definizione d'impatto sociale e sui processi di misurazione;
- Analisi dei principali metodi di misurazione dell'impatto;
- Identificare dei tratti distintivi delle imprese sociali TARGET del progetto;
- Sviluppo di metodi di misurazione dell'impatto.

Cos'è l'impatto sociale?

Secondo l'**OCSE** l'impatto è:

“The positive and negative, intended and unintended, direct and indirect, primary and secondary effects produced by an intervention”.



Perché misurare l'impatto sociale?



Perché misurare l'impatto sociale?

FASE DI DESIGN E PLANIFICAZIONE

Cercare di definire ex-ante gli impatti può essere utile per spiegare e illustrare al meglio i concetti e gli approcci del progetto agli stakeholder coinvolti (compresi i finanziatori). Inoltre può aiutare le organizzazioni a costruire metodi di auto-valutazione basati su una comprensione condivisa di quello che accadrà.

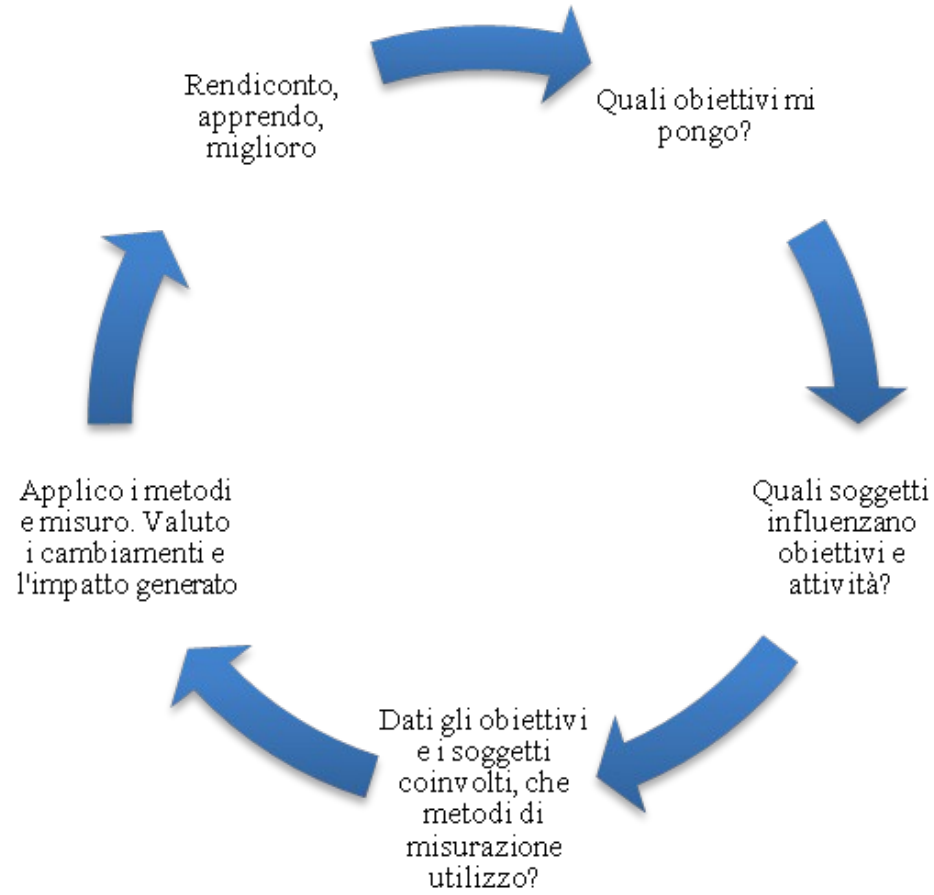
FASE DI IMPLEMENTAZIONE

Definire un modello di valutazione dell'impatto è importante per raccogliere al meglio i dati e le misurazioni necessarie alla fase di valutazione. Misurare l'impatto "in itinere" richiede un grande sforzo di monitoraggio continuo dei risultati, ma è utile per capire in tempo utile se il progetto sta seguendo il percorso indicato.

FASE DI VALUTAZIONE E REPORTING

Per informare, promuovere, far conoscere, formare gli stakeholder sugli esiti progettuali

Le fasi della misurazione dell'impatto



Metodi per la misurazione dell'impatto

Fase	Metodo
Prima di iniziare - Chiarire le motivazioni che sottostanno alla valutazione	<ul style="list-style-type: none">• Appreciative inquiry• Most significant change• Metodo Delphi
Teorizzare il progetto/l'intervento	<ul style="list-style-type: none">• logical framework approach• outcomes chain/outcomes hierarchy/theory of change
Misurare e descrivere processo, contesto e impatto	dati, indicatori, sistemi che permettano di descrivere quanto avvenuto, il cambiamento, i processi, il contesto.
Spiegare se gli impatti ottenuti sono dovuti al nostro progetto/intervento	<ul style="list-style-type: none">• metodi fattuali• metodi controfattuali
Sintetizzare quanto emerso in un giudizio valutativo finale	<ul style="list-style-type: none">• sintesi dei giudizi delle fasi precedenti
Disseminare i risultati e utilizzarli	<ul style="list-style-type: none">• indicatori chiave della valutazione• Coinvolgimento Stakeholder

Il progetto ACT SOCIAL: Tratti distintivi delle imprese target

Indagine che ha coinvolto 8 imprese TARGET:

- Arcobaleno - Società Cooperativa Sociale
- Azzurra - Società Cooperativa Sociale
- Casa del Fanciullo - Cooperativa Sociale a R.L.
- Il Cardo - Società Cooperativa Sociale
- Il Piccolo Sentiero - Società Cooperativa Sociale
- Pia Fondazione di Valle Camonica Onlus
- Cooperativa sociale Proser Valcamonica Onlus
- Sol.Eco. Solidarietà Ecologia - Società Cooperativa Sociale

Il progetto ACT SOCIAL:

Tratti distintivi delle imprese target

- Forme giuridiche: prevalgono cooperative sociali o fondazioni;
- Settori di attività tradizionali;
- Alta qualità e specializzazione nei servizi, ma poca innovazione;
- Scarsa propensione al mercato dei capitali;
- Presenza di donazioni di limitato importo;
- Rapporto con il territorio limitato;
- Limitata conoscenza degli strumenti possibili per incrementare le fonti di finanziamento.

Il progetto ACT SOCIAL:

Tratti distintivi delle imprese target

- Migliorare la conoscenza degli strumenti di sostegno economico-finanziario a disposizione delle imprese sociali;
- Migliorare i metodi di misurazione del proprio impatto sul territorio;
- Migliorare i metodi di comunicazione, le attività di fund raising e in generale il legame con il territorio.

Indicatori di impatto sociale per le imprese del progetto ACT SOCIAL

2 strumenti:

- per le imprese che sono sociali per la natura delle proprie attività;
- per le imprese che sono sociali per le modalità di svolgimento delle proprie attività.

1. Misurare l'impatto socio-economico delle imprese che erogano servizi sociali-assistenziali-educativi

- Obiettivo dell'indicatore di impatto proposto è quello generico di misurare “cosa è cambiato con il servizio attivato” nelle persone direttamente coinvolte dallo stesso e quanto pesa questo sulla collettività, in termini economici;
- prendere a riferimento due momenti, il primo in cui il servizio non era attivo e il secondo dopo un periodo di attività. Per ognuno dei due momenti, si richiederà al valutatore di inserire informazioni in merito al beneficiario di servizio, cercando di andare poi a tradurre il peso economico di tali cambiamenti sui costi pubblici e sulla collettività.

1. Misurare l'impatto socio-economico delle imprese che erogano servizi sociali-assistenziali-educativi

VARIABILI VALUTAZIONE IMPATTO ECONOMICO

Numero Accessi al pronto soccorso

Numero Giorni di ricovero

Numero Giorni di istituzionalizzazione in comunità

Tipologia medicinali assunti

Dosaggio medicinali (giornaliero)

Numero visite/Colloqui CPS (annuale)

Ore medie delle prestazioni fantasma (annuale)

VARIABILI VALUTAZIONE IMPATTO SOCIALE

Nel periodo considerato, la persona lavora?

Vive da solo o in famiglia?

Grado di occupabilità (da 0 a 10)

Utilizza servizi collettivi (mense/dormitori/pacchi alimentari)?

Percepisce contributi economici diretti (se sì, di che importo)?

Ha competenze pro-sociali (da 0 a 10)?

Ha risorse personali da "spendere" nella comunità (da 0 a 10)?

Grado di partecipazione ad attività socializzanti, in struttura o extra (da 0 a 10)?

2. Misurare l'impatto socio-economico delle imprese sociali di inserimento lavorativo

- metodo di valutazione "VALORIS".

Aumento delle imposte sui redditi versate da parte dei lavoratori svantaggiati;

Aumento dell'IVA versata, derivante dai prodotti e servizi realizzati dai lavoratori svantaggiati;

Risparmi dovuti alla riduzione di domanda per spese sanitarie ed assistenziali pubbliche, minori costi di prigionie, riduzione del numero di persone beneficiarie di trasferimenti monetari.

Esenzioni fiscali garantite alle imprese;

Contributi pubblici garantiti alle cooperative sociali per il reinserimento delle persone al lavoro

Altri contributi pubblici in supporto delle imprese sociali

Conclusioni

- Imprese TARGET del progetto: imprese sociali ben capitalizzate e poco avvezze al tema dei finanziamenti.
- Ciò da un lato denota un'autonomia che regge il loro funzionamento aziendale, d'altro canto tale scarsa propensione può portare a limitati investimenti per l'innovazione e a ridotte prospettive di crescita;
- L'applicazione di metodi per la quantificazione dell'impatto economico in investimenti sociali può quindi risultare utile soprattutto in questa fase economica negativa e se, soprattutto, soprattutto se un intermediario finanziario decidesse di adottarli all'interno dell'applicazione di strumenti finanziari pensati per l'impresa sociale.