

# LA FASE 2 DELL'IMPATTO SOCIALE

di Sara De Carli

**E**ra l'autunno 2016 quando l'impresa sociale **Con i Bambini**, soggetto attuatore del fondo sperimentale per il contrasto della **povertà educativa** minorile, per la prima volta in Italia inserì nei bandi l'obbligo di avere nel partenariato un soggetto che seguisse fin dall'inizio la valutazione d'impatto del progetto. Alla prima call risposero 34 soggetti, oggi i 356 progetti in corso hanno coinvolto 135 enti di valutazione.

La valutazione d'impatto è più diffusa di quanto si pensi per misurare progetti e servizi: meno forse per le politiche, benché anche sul fronte pubblico ci siano non pochi filoni aperti, a cominciare dall'implementazione dell'Agenda 2030 e dei Sustainable Development Goals o il programma Horizon 2030. Le Fondazioni, in particolare quelle di origine bancaria, la prevedono praticamente sempre. L'edizione 2019 del Giving in Italy – la ricerca dedicata alla filantropia aziendale in Italia realizzata da Dynamo Academy – rileva che il 75% del campione ha un'attenzione alla misurazione degli output contro il 53% dell'anno prima e quella per gli outcome è salita in un anno dal 46 al 59%. La spinta più forte la stanno dando le pratiche di investimento d'impatto, con – solo per fare un esempio – Intesa Sanpaolo che sta connotando con decisione la propria identità come Impact bank.

## Cambiare la gestione

«La misurazione dell'impatto si è diffusa perché permette di disse-

minare i risultati economici e quelli sociali con un linguaggio comune. Lato erogatori, c'è già una tendenza spinta. Il punto adesso è comprendere che il valore più grande della valutazione d'impatto sta nel cambiamento del modello di gestione all'interno dell'organizzazione», afferma Clodia Vurro, professoressa di economia e gestione delle imprese dell'Università degli Studi di Milano. È un nodo che torna nelle parole di Carola Carazzone, segretaria generale di Assifero: «Non c'è ancora consapevolezza piena del perché e del come fare valutazione d'impatto, spesso si sceglie la via facile dell'ex post, mentre il processo di valutazione è forte quando è un processo partecipativo di apprendimento continuo», afferma. Per Carazzone, allora «serve una nuova era di finanziamenti, vincolati non a un progetto o a un output ma a un impatto concordato ex ante tra la fondazione e l'organizzazione di Terzo settore, come veri partner. Si tratta di un passaggio culturale che richiede un cambiamento dentro le nostre stesse realtà, ma abbiamo un'occasione straordinaria: 46 fondazioni italiane, insieme ad altre europee, durante il Covid-19 si sono impegnate per modalità di finanziamento e rendicontazione più flessibili e partecipative».

## La metanalisi dell'impatto

Simona Rotondi, responsabile per le attività istituzionali dell'impresa sociale **Con i Bambini**, racconta di un «cambio di strategia» in questi tre anni: «Per gli ultimi bandi, rivolti ad aggredire nicchie di **povertà educativa** minorile, selezioneremo un paio di enti che valuteranno tutti i progetti, per favorire una metavalutazione. Proprio perché uno degli obiettivi è individuare linee di tendenza utili per la definizione delle politiche di contrasto alla **povertà educativa** minorile, ci stiamo muovendo verso la metanalisi: cominceremo dai 249 progetti realiz-

zati sui primi tre bandi, con l'identificazione dei valutatori entro la fine del 2020».

Il direttore generale dell'Acrici, **Giorgio Righetti**, ritiene la valutazione d'impatto «molto utile in termini di approccio culturale e di autovalutazione per i soggetti non profit, per capire come migliorarsi. Meno utile se resta un mero strumento tecnico, in mano a esperti. Le metriche ci sono, ma siamo sicuri che riescano a misurare elementi come la capacità del Terzo settore di creare cittadinanza attiva, partecipazione e pluralismo? Tutto questo migliora la collettività, ma dubito che lo si riesca a quantificare in termini di impatto», annota. E fa una riflessione amara sul contesto attuale: «Non sono i soldi che fanno lo sviluppo. Abbiamo una storia lunghissima di interventi falliti perché ci si è concentrati più sulle risorse che sui risultati prodotti e mi preoccupa il fatto che il Paese non abbia ben chiaro le priorità su cui investire». La pensa così anche Davide Dal Maso, presidente di Social Value Italia e partner di Avanzi: «Impatto significa cambiamento, perciò il vero valore di una cultura della valutazione sta nel fatto che per valutare devi prima decidere qual è il cambiamento che vuoi realizzare: se non c'è questa visione strategica, abbiamo solo una lista di interventi, che possono anche essere utili ma è difficile parlare di valutazione e di impatto». «Nel micro, un po' di valutazione fa bene sempre a tutti, ma se parliamo di cambiamenti sociali, serve la definizione di obiettivi strategici e una cultura dell'accountability. Le risorse devono essere impiegate in modo efficiente: se fai una cosa che non serve, non la devi fare», conclude Dal Maso. ♦





**Valutazione sempre  
più richiesta. Ma cambia il  
target: non buoni progetti,  
ma enti efficienti**



Un'opera di Banksy a Venezia (2019)



Peso:46-68%,47-29%