

**#CHANGEFORFUTURE**

IMPARARE A MISURARE IL MONDO CHE CAMBIA

IL VALORE DEL TERZO SETTORE E  
DELLA VALUTAZIONE D'IMPATTO SOCIALE



# Misurare e valutare l'impatto sociale

Paolo Pietro Biancone

ODCEC Torino – Sala Conferenze



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال

Developing Business Opportunities

## Prima di iniziare qualche dato...

Il Sole **24 ORE**

CAPITALI PAZIENTI

### **La finanza a impatto sociale verso i 400 milioni in tre anni**

- Il settore degli investimenti con impatto sociale (*impact investing*) in Italia è oggi pari a 210,5 milioni di euro.
- In tre anni l'attenzione potrebbe salire ulteriormente raggiungendo i 400 milioni di euro.

Fonte: *Social Impact Outlook 2018 - PoliMi*



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
Developing Business Opportunities

# Impatto sociale e responsabilità sociale d'impresa

- Negli ultimi anni assistiamo al crescente interesse delle aziende verso comportamenti responsabili e rispettosi del territorio □ ciò che comunemente identifichiamo con il termine di «responsabilità sociale d'impresa».
- Dagli anni '70 abbiamo assistito ad un cambiamento nell'atteggiamento di molte aziende: maggiormente protettivo nei confronti della tutela ambientale e sociale.



## Cosa c'è oltre il profitto?

- Il profitto e gli indicatori economici rappresentano esclusivamente una base di partenza per la responsabilità sociale d'impresa e l'impatto che essa ha nei confronti dei mercati in cui opera.
- Oltre il profitto (alla base del concetto di sostenibilità economica) vi è il bisogno di attenzione agli aspetti:
  1. ambientali;
  2. sociali.



*«Il concetto di impatto sociale è definito come il cambiamento non economico creato dalle attività delle organizzazioni e dagli investimenti».*

*(Emerson et al. 2000; Epstein & Yuthas 2014)*



# Impatto sociale e impresa food

- Le iniziative sociali che le imprese food possono mettere in atto durante la propria attività, e in molti casi, anche durante tutte le fasi della filiera, in generale, riguardano:
  1. iniziative contro la malnutrizione;
  2. lotta allo spreco del cibo;
  3. utilizzo di metodi lavorativi non ostativi nei confronti dei dipendenti e controllo dei fornitori (nel caso di grandi aziende);
  4. iniziative nei confronti dello sport e dell'educazione;
  5. e molti altri esempi.



# Perché misurare l'impatto sociale?

- Numerose organizzazioni oggi diffondono documenti in grado di misurare il valore creato per tutti gli *stakeholders*. Non solo azionisti; la motivazione può derivare da alcune considerazioni:
  1. da un vero e proprio cambiamento culturale in atto (necessità di «*accountability*» su diversi lati – privato e pubblico);
  2. viviamo in un mondo di «risorse scarse» (questo porta le imprese a dimostrare il valore da loro creato e diffuso);



- nuove normative (riforma del terzo settore, direttiva 2014/95/UE che impone l'obbligo di rendicontazione non finanziaria per le imprese di «grandi dimensioni»);
- la nascita di settori della finanza che legano gli investimenti e gli obiettivi sociali (con la conseguente necessità di descrivere/misurare/valutare il rendimento degli investimenti ma soprattutto l'impatto che questi possono avere sugli *stakeholders*).





# Alcuni riferimenti

- Nascita “Global Reporting Initiative” (GRI)

1997



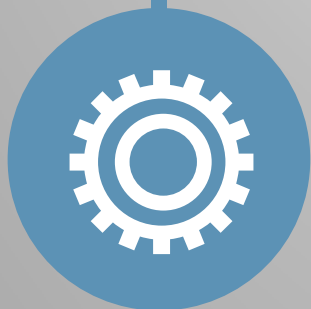
- Rockefeller Foundation conia il termine “*Impact Investing*” □ sensibilità anche in finanza

2007



- In Italia nasce il “Report sull’Impatto sociale”

2016



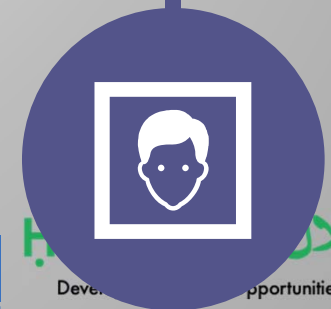
2006

- Nasce la prima versione del B Impact Assesement



2015

- L’ONU inserisce negli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG’s) la rendicontazione non finanziaria



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

Developing Opportunities

## Alcuni esempi:

- L'impatto sociale che le aziende perseguono viene promosso attraverso:
  - codice etico;
  - rapporto di sostenibilità;
  - ottenimento di certificazioni;
  - utilizzo di fondazioni.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
 DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
 Developing Business Opportunities

## L'impegno di McDonald's per la sostenibilità.

A livello mondiale, McDonald's ha aderito alle linee guida (20-20-20) stabilite dal protocollo di Kyoto che prevedono, entro il 2020, riduzione dei consumi energetici del 20%, aumento dell'uso di fonti alternative del 20% e diminuzione del 20% delle emissioni di gas serra.

Per raggiungere questi obiettivi, a partire dal 2009, McDonald's Italia effettua la misurazione dell'impatto dei suoi ristoranti sul territorio nazionale, costituito da emissioni, materiali di costruzione, attrezzature tecniche, energie rinnovabili, sistemi di verifica e misurazione dei consumi, packaging, logistica, rete di fornitori.



### EMISSIONI

Da McDonald's abbiamo ridotto significativamente la nostra carbon footprint grazie a una serie di azioni volte alla diminuzione di emissioni.

[Per saperne di più >](#)



### LA COSTRUZIONE DI NUOVI RISTORANTI

Nel quinquennio 2009-2013 l'applicazione di nuovi standard ha permesso di ottenere una riduzione dell'impatto di costruzione che può arrivare fino a 50 tonnellate di CO<sub>2</sub> per ristorante, pari alle emissioni di un Jumbo 747 nella tratta Milano - Los Angeles o alla CO<sub>2</sub> emessa da una auto a benzina di piccole dimensioni per percorrere 350.000 km.



### FORNITORI

Coinvolgiamo attivamente tutti i nostri fornitori nel nostro impegno per l'ambiente.

[Per saperne di più >](#)

### GENERATIONS OF GREEN THUMBS

Most of the farmers who nurture our seeds and grow our tomatoes have done it for generations. And they're as proud of Heinz® Ketchup as we are!



20

progetti sostenuti dalla  
Fondazione Lavazza

15

Paesi in cui la Fondazione Lavazza  
supporta progetti

90.000

beneficiari diretti dei progetti

10milioni

di nuove piante di caffè piantate  
in Repubblica Dominicana e Haiti  
(2014-2017)



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
Developing Business Opportunities

# La misura dell' impatto sociale

A livello aziendale la misurazione dell' impatto sociale impone un processo strutturato, il quale include:

## 1. Definizione del perimetro della misurazione

- scelta tra una valutazione di tipo previsionale ex-ante oppure consuntiva ex-post;
- decisione delle attività aziendali (core o no) da includere nella misurazione.

Definizione  
perimetro

Mappatura  
stakeholders

Processo di  
cambiamento

Scelta degli  
indicatori e  
misurazione

Valutazione  
d' impatto

Comunicazione  
e verifica



## 2. Identificazione e analisi degli *stakeholders*

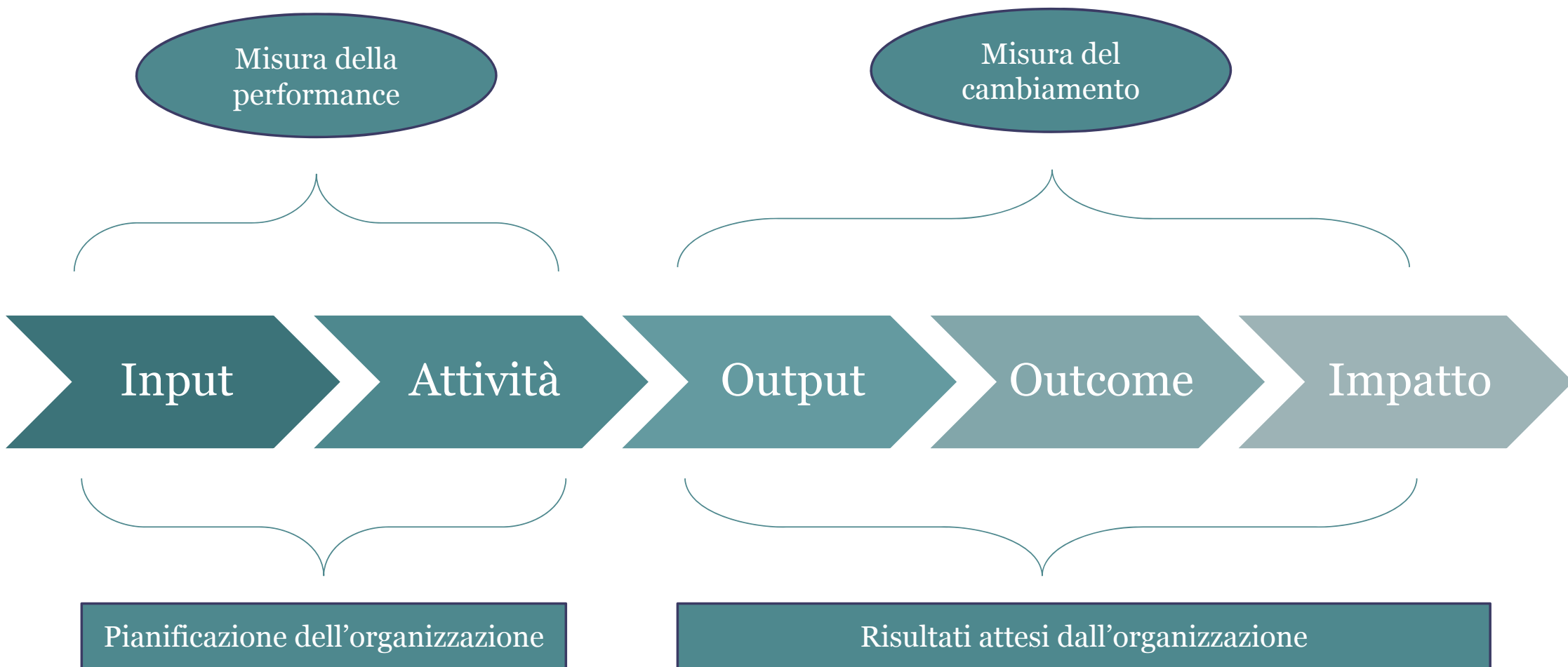
- scelta dei portatori di interesse;
- ordinamento secondo un livello di priorità ad esempio: influenza nell'attività svolta e dipendenza;
- analisi delle esigenze.

## 3. Identificazione dell'*impact value chain* (catena del valore dell'impatto)

- trade-off tra costi e benefici dell'impatto sociale.

## 4. Scelta degli indicatori chiave





Fonte: SCS Consulting, «Le linee guida per la misurazione dell'impatto sociale».



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
 DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
 Developing Business Opportunities

## 5. Valutazione dell'impatto

- Analisi del singolo progetto sociale/ambientale messo in atto (un esempio potrebbe essere, dopo aver fissato dei rispettivi indicatori, di valutare la quantità di acqua/energia risparmiati durante il ciclo produttivo).

## 6. Comunicazione e verifica finale

- scelta delle strategie di comunicazione agli *stakeholders*;
- compilazione di report quali: bilancio di sostenibilità, bilancio etico, etc...



# Come valutare l'impatto sociale?

Metodi di processo

Metodi di impatto

Metodi di monetizzazione





# Metodi di processo

- Hanno l'obiettivo di identificare i fattori e le variabili di impatto sociale.
- Monitorano l'efficienza e l'efficacia dei processi operativi di impatto sociale.

Alcuni esempi legati al food (e non solo) possono essere:

1. numero di famiglie sostenute;
2. attività culturali e sportive promosse nella comunità;
3. iniziative di educazione alimentari seguite;
4. numero di dipendenti iscritti al corso aziendale.
5. e molto altro.



# Metodi di impatto

- Identificano i risultati e i cambiamenti che vengono attivati dall'impatto sociale sia nel breve che nel medio/lungo periodo.
- Hanno l'obiettivo di identificare i benefici sociali che derivano dal processo attivato dall'azienda.

Alcuni esempi possono essere:

1. miglioramenti nei bambini/ragazzi iscritti alla squadra sportiva;
2. numero di persone con miglioramenti nella salute a seguito di corsi di educazione alimentare;
3. % di dipendenti che hanno ricevuto un upgrade di carriera a seguito di corsi aziendali;
4. e molto altro.



# Metodi di monetizzazione

- Consistono nell'assegnare un valore monetario al risultato ottenuto.
- A ciascun beneficio sociale viene assegnata una misura economica che può essere intesa come un costo (ma con esternalità sociale positiva) oppure come un ricavo (derivante ad esempio dal risparmio di materie prime consumate durante tutto il processo produttivo).



# A chi si applica?

- aziende di grande dimensione;
- imprese del terzo settore;
- tutte le altre in via facoltativa.



**Terra Madre**

foodforchange

  
**Slow Food**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
Developing Business Opportunities

# Un settore impact: il turismo enogastronomico

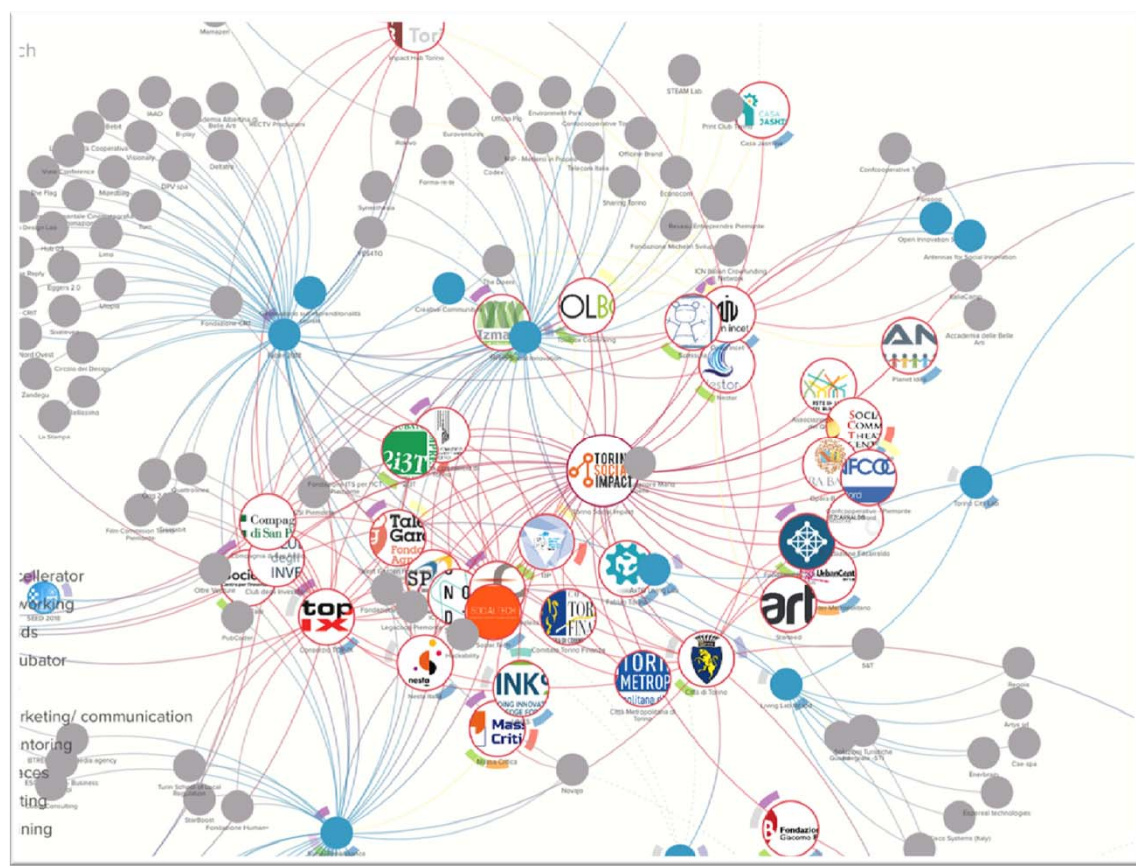
- Secondo i dati Unioncamere nel 2017 in Italia il turismo in questo particolare settore ha avuto 110 milioni di presenze.
- La spesa totale dei turisti nel periodo di riferimento è stata di oltre 10 miliardi.
- Il valore creato è altissimo, distribuito tra piccole e medie imprese turistico-alberghiere nei diversi borghi italiani - l'impatto in questo caso è economico per le piccole realtà, ma soprattutto sociale – tale settore è infatti in grado di far rivivere le piccole eccellenze e le tipicità dei territori.
- L'impatto economico stimato è di oltre 12 miliardi di euro.





# Impatto sociale e Torino

L'ecosistema



Torino Social Impact nasce come alleanza tra imprese ed istituzioni pubbliche e private con l'obiettivo di sperimentare strategie di sviluppo imprenditoriale ad elevato **impatto sociale** ed intensità tecnologica nell'area metropolitana torinese.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO DI MANAGEMENT

**Halal TO** حلال  
 Developing Business Opportunities

## Impatto sociale e Torino

- L'obiettivo di questa partnership è quella di diffondere la cultura dell'impresa sociale, il centro creato ha quale *mission* «**la misura del valore delle imprese sociali**», accanto a ciò vi sono proposte che riguardano:
  1. finanziamenti;
  2. servizi di *mentoring*;
  3. formazione a imprenditori;
  4. opportunità legate al mondo dell'imprenditoria ad impatto sociale;

Secondo una ricerca della Camera di Commercio di Torino è emerso che sul territorio vi sono:

- 400 cooperative sociali;
- 87 imprese sociali;
- 1100 associazioni di volontariato;
- 244 associazioni di promozione sociale.

Tutto il settore da lavoro a circa 22 mila addetti, con un valore della produzione di 830 milioni di euro.

Per saperne di più: <https://www.torinosocialimpact.it/>



## **Paolo Pietro BIANCONE**

Full Professor of Business Administration

PhD Program Director

Editor in Chief European Journal of Islamic Finance

CEO and Managing Partner HalalTO spin-off

Department of Management

University of Turin – Italy

Corso Unione Sovietica 218 bis - 10134 Torino – Italy

Mail: [paolo.biancone@unito.it](mailto:paolo.biancone@unito.it)

Tel. +39 0116706021 - Mob. +39 3355479944



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO  
**DM** DIPARTIMENTO  
DI MANAGEMENT

**Halāl TO** حلال  
Developing Business Opportunities