



Filantropia e investimenti: come valutare l'impatto

Finanza e filantropia: per entrambi questi mondi è fondamentale la valutazione dell'impatto. Ma come funziona? Se n'è parlato in occasione della VII edizione del Philanthropy Day

24 ottobre 2019

Francesca Conti

- L'impact investing ha come obiettivo quello di investire per generare un reddito necessario a sostenere una realtà, aumentare le proprie risorse e renderle disponibili per altri progetti
- Per attuare una valutazione dell'impatto, spiega Davide Dal Maso, presidente di Social Value Italia "il punto di partenza è l'individuazione di un bisogno"

Impatto è una parola latina che significa "urto, incontro più o meno violento". Il concetto è quello di "urtare e modificare qualcosa". Quindi qualcosa che impatta su qualcos'altro e lo modifica. Ma in cosa consiste la [valutazione d'impatto](#), che si parli di filantropia o di finanza? I due mondi non sono infatti così lontani.

"L'impact investing è la strategia che più si avvicina alla filantropia, pur rimanendo finanza", spiega Arianna Lovera, senior programme officer del **Forum per la Finanza Sostenibile**. Lovera ha moderato il panel *Strategie di valutazione impatto* dell'VII edizione del Philanthropy Day organizzato a Milano come ogni anno dalla [Fondazione Lang Italia](#).

"Insieme all'obiettivo finanziario, gli investimenti basati sulle strategie di *impact investing* hanno anche l'obiettivo di generare un impatto positivo attraverso l'allocazione dei capitali", aggiunge Lovera. "L'impact investing è una strategia adatta anche alle fondazioni: [investire per generare un reddito necessario a sostenere una realtà, aumentare le proprie risorse e renderle disponibili per altri progetti](#)".

Le strategie per la valutazione d'impatto

Gli investitori che adottano queste strategie sono quindi interessati a generare un impatto positivo e lo stesso vale per i filantropi. E chi opera in entrambi i campi mette in atto delle strategie precise per valutare il proprio impatto sociale. "Il punto di partenza è l'individuazione di un bisogno", chiarisce **Davide Dal Maso**, presidente di Social Value Italia. "Si individua un problema sociale e ci si dà come obiettivo quello di cambiarlo. Poi si **stabiliscono dei soggetti target**, su cui si agirà per attuare un cambiamento. Si struttura una visione che **determina la catena dell'impatto**, in cui si **immettono attività e risorse** che producono degli **output**, ovvero i primi esiti".

"Non si può parlare ancora di impatto, ma di esiti che modificano – auspicabilmente in positivo – lo stato da cui sono partiti i membri della popolazione target", specifica Dal Maso. "Non si può parlare di impatto anche perché solitamente le progettualità durano una media di 1-2 anni", evidenzia **Sabrina Liberalato**, senior consultant di **Fondazione Lang Italia**. "Si tratta invece di *outcome*, parlare di impatto (di lungo o lunghissimo periodo) è un azzardo.

I sette principi per la valutazione dell'impatto

Alcune organizzazioni hanno messo nero su bianco il proprio metodo di valutazione dell'impatto. Ecco i 7 principi individuati da **Social Value Italia** e presentati – in occasione del Philanthropy Day – da **Davide Dal Maso**:

1. **Coinvolgere gli stakeholder** – Attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, informare su cosa e come sarà misurato e valutato il valore sociale.
2. **Comprendere il cambiamento** – Spiegare come si è prodotto il cambiamento e valutarlo attraverso i risultati ottenuti, riconoscendo i cambiamenti positivi e negativi, attesi ed inattesi
3. **Valutare ciò che conta** – Riconoscere il valore degli stakeholder per poter prendere decisioni riguardo all'allocazione delle risorse tra due diverse opzioni. Il valore si riferisce al peso dei differenti *outcome*: questo può venire stimato sulla base delle preferenze degli stakeholders.
4. **Includere solo ciò che è materiale** – Determinare quali informazioni e risultati devono essere inclusi nel calcolo per fornire un'immagine realistica e onesta, tale da permettere agli stakeholder di avanzare delle conclusioni ragionevoli rispetto all'impatto.

5. **Non sovrastimare** – Attribuirsi esclusivamente il valore generato dalle attività
6. **Essere trasparenti** – Evidenziare le basi per cui possiamo considerare l'analisi accurata ed onesta e mostrare ciò che è stato raccolto e discusso con gli stakeholder
7. **Verificare il risultato** – Assicurare una certificazione appropriata e indipendente.

La valutazione dell'impatto, aggiunge Dal Maso, è **utile a più soggetti**. In particolare:

- All'organizzazione oggetto di valutazione (amministratori, management staff di progetto)
- Ai finanziatori
- Ai committenti
- Ai beneficiari
- Ai partners
- Al pubblico in generale