

CORSO SPECIALISTICO

Fundraising e Impatto Sociale

Forlì, 7-8 novembre 2019

Strumenti di valutazione per la raccolta fondi

QUOTA D'ISCRIZIONE: € 250+iva 22%

Come valutare e comunicare l'impatto sociale generato dalle attività della tua organizzazione?

Il modulo fornisce ai partecipanti gli strumenti e le conoscenze per valutare (letteralmente "dare valore") l'impatto delle proprie attività sulla comunità e comunicarle agli stakeholder.

OBIETTIVI DEL CORSO

Il corso si propone di *definire, misurare e valutare* l'**impatto sociale generato** dalle imprese sociali rispetto ai propri *stakeholder* (interni ed esterni), con particolare riferimento ai propri **finanziatori**.

Individuare il contributo in termini di impatto generato (o che si vuole generare) attraverso le proprie attività permette alle imprese sociali di orientare al meglio le fasi del processo che porta alla sua produzione. Determinare **che cos'è l'impatto** per la propria organizzazione permette, infatti, di comprendere **come esso viene prodotto**: quali sono gli *stakeholder* coinvolti (o da coinvolgere in tale processo), quali le risorse da mettere in campo (*input*), le *attività* da implementare e i relativi esiti (*output*), i risultati di medio periodo generati (*outcome*) e, infine, il contributo in termini di *impatto* sulla comunità, cioè la trasformazione prodotta dalla propria attività nel lungo periodo.

L'orientamento all'impatto sociale permette di comprendere il **contributo specifico** dell'impresa sociale al cambiamento sistemico all'interno della rete di **relazioni** esistenti tra questa e gli altri soggetti che compongono l'**ecosistema** in cui opera. Sempre più **finanziatori** di diversa natura (sia pubblica che privata) nella fase di valutazione di progetti pongono l'accento sulla dimensione di impatto sociale: da qui la **necessità**, per le imprese sociali, **di implementare metodologie e strumenti per la valutazione dell'impatto sociale** del loro operato sulle comunità di riferimento.

Durante le 2 giornate di corso, la **definizione** dei principali **concetti teorici** necessari per misurare e valutare l'impatto sociale prodotto si alternerà a **momenti laboratoriali** dove ci sarà la possibilità costruire la propria **teoria del cambiamento** e di **sperimentare** le **principali tecniche di misurazione** del valore sociale, anche in ottica di revisione della strategia aziendale, di miglioramento dei processi organizzativi e modalità di comunicazione ai propri *stakeholder*, in particolare ai soggetti finanziatori.

Infine, ci si concentrerà su **come dare evidenza** del proprio impatto e come utilizzarlo anche in una logica di **fundraising** nel rapporto con i **soggetti finanziatori delle imprese sociali**, analizzando le modalità attraverso cui gli esiti dei processi di misurazione e valutazione dell'impatto sociale generato possono essere comunicati ai propri *stakeholder* attraverso un adeguato **strumento di reportistica**

PROGRAMMA

giovedì 7 novembre

ORARIO	CONTENUTO
9.15 – 9.30	<i>Registrazione partecipanti</i>
9.30 – 13.00	<ul style="list-style-type: none">• Introduzione ed elementi definatori• Le linee guida sui sistemi di valutazione di impatto sociale per gli enti del Terzo settore• Perché misurare l'impatto sociale• Una proposta di percorso valutativo (I parte)
13.00-14.00	<i>Pausa Pranzo</i>
14.00-18.00	<ul style="list-style-type: none">• Una proposta di percorso valutativo (II parte)• La catena del valore dell'impatto (CVI)• Il passaggio agli indicatori

venerdì 8 novembre

ORARIO	CONTENUTO
9.00 – 13.00	<ul style="list-style-type: none">• Altri approcci, metodologie e strumenti per la valutazione di impatto• Lo sviluppo della Teoria del Cambiamento attraverso il metodo SROI. Logiche e applicazioni
13.00-14.00	<i>Pausa Pranzo</i>
14.00 - 16.50	<ul style="list-style-type: none">• Testimonianza• Pianificare e sviluppare la comunicazione dell'impatto
16.50 -17.00	<i>Consegna Attestati</i>

DOCENTI

Sara Rago, Area Ricerca AICCON

Serena Miccolis, Area Ricerca AICCON

Giorgia Bonaga, Università di Bologna