



SOCIAL IMPACT
AGENDA PER L'ITALIA



**MISURARE E RENDICONTARE L'IMPATTO:
METODI E STANDARD**

14 DICEMBRE 2022

UNA ROADMAP DI BUONE PRATICHE PER LA GESTIONE DELL'IMPATTO

Mauro Bux
Filippo Montesi

OBIETTIVI DELLA RICERCA

Obiettivo del progetto:

Contribuire alla **diffusione della cultura e delle pratiche dell'impact investing** nell'ecosistema italiano, come approccio di investimento che sostenga il **rilancio dell'economia in maniera sostenibile**, generando impatto ambientale e sociale positivo.

Obiettivi specifici della ricerca:

- Analizzare e discutere le principali sfide e relative soluzioni che aziende e investitori affrontano nell'ambito della **misurazione e gestione dell'impatto sociale (IMM)**;
- Proporre **buone pratiche** che aiutino gli attori dell'impact investing italiano ad adottare i più elevati standard internazionali riconosciuti e **integrare la gestione dell'impatto** all'interno delle strategie e dei processi organizzativi.

METODOLOGIA E STRUMENTI

La ricerca si avvale di un'impostazione metodologica **qualitativa**, che prevede l'impiego di una pluralità di strumenti:

- **review tematica della letteratura**, volta a selezionare i temi da approfondire nel tavolo di lavoro;
- **tre incontri online per il Tavolo di Lavoro**, mirato a raccogliere esperienze dirette ed opinioni dei partecipanti;
- **due interviste semi-strutturate**, integrative dei precedenti strumenti, volte a cogliere i punti di vista di stakeholder assenti al Tavolo di Lavoro.

ESPERTE/I COINVOLTI NELLA RICERCA

Paola Bellotti	Coopfond	Federica Rampinini	UNPRI
Daniela Bernacchi	Global Compact Network Italia	Cyrille Langendorff	Phitrust
Priscilla Boiardi	OECD	Aviram Levy	Banca d'Italia
Pierangelo Buffa	Fondazione Sodalitas	Serena Miccolis	Aircon - Università di Bologna
Laura Capolongo	Global Compact Network Italia	Sofia Narducci	Intesa Sanpaolo
Paola Casavola	NUVAP – Presidenza del Consiglio	Alessia Palma	Uniroma 1
Elisa Chiaf	Università di Brescia	Lavinia Pastore	Open Impact
Eleonora Di Maria	Università di Padova	Giuseppe Pitotti	Fondazione Sodalitas
Massimo Dominici	Azimut Libera Impresa	Marco Ratti	Intesa Sanpaolo
Marco Fanari	Banca d'Italia	Jenny Daniela Salazar Pata	Uniroma 1
Daniela Grassi	Unicredit	Laura Santariello	ABI - Associazione Bancaria Italiana
Gabriele Guzzetti	Politecnico di Milano	Cristina Spiller	Astorg
Stefanie Kneer	Atypical Partner	Kate Sullivan	Generali
Valentina Langella	ALTIS	Domenico Tarantino	Infocamere

COSA TROVERETE NEL REPORT

- Coinvolgimento degli stakeholder
- Standardizzazione di IMM, oltre le metriche
- Analisi della contribuzione all'impatto

- ✓ Stato dell'arte su metodi e standard
- ✓ Benefici e sfide dell'IMM
- ✓ Best practices internazionali
- ✓ Roadmap per adozione delle best practices

ROADMAP: IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Condizioni abilitanti:

- **Adeguate allocazione di risorse** per un efficace stakeholder engagement.
- Completa **mappatura degli stakeholder**, che ne definisca l'ordine di priorità e i rispettivi obiettivi.

Obiettivo intermedio	Obiettivo finale
Effettuare uno stakeholder engagement completo almeno per il gruppo di interesse più rilevante , attraverso un campione rappresentativo .	Lo stakeholder engagement: <ul style="list-style-type: none">• è parte integrante della ordinaria operatività,• riguarda tutti gli stakeholder rilevanti,• orienta le decisioni organizzative o di investimento.

ROADMAP: STANDARDIZZAZIONE E INTEGRAZIONE DELL' IMM

Condizioni abilitanti:

- **Sensibilizzazione interna all'organizzazione**, in tema di standardizzazione di processo e di metriche di impatto.
- Predisporre una “**sezione impact**” **sul sito della propria organizzazione**.

Obiettivo intermedio	Obiettivo finale
<p>Definire ex-ante i livelli di outcome atteso per ogni livello di output, con il supporto di letteratura e stakeholder rilevanti.</p> <p>Pubblicare sui propri siti i bilanci sociali e i report d'impatto prodotti, con relative metriche.</p>	<p>Misurare gli outcome in itinere ed ex-post.</p> <p>Reportistica e metriche di impatto sono accentrate in uno o più portali digitali di pubblica fruizione.</p>

ROADMAP: STIMA DELLA CONTRIBUZIONE

Condizioni abilitanti:

- Rigorosa definizione della **Teoria del Cambiamento**, mediante ricorso a letteratura e stakeholder rilevanti.
- Allineare le proprie pratiche di IMM al framework dell'**Impact Management Project (IMP)**.

Obiettivo intermedio	Obiettivo finale
<p>Nei casi di impatto indiretto, adottare un approccio quali-quantitativo che preveda:</p> <ul style="list-style-type: none">• la ponderazione dell'impatto misurato per il valore relativo dell'investimento;• classificazione degli investimenti in portafoglio secondo la ripartizione ABC dell'IMP.	<p>Stimare l'impatto anche in termini di variazione relativa rispetto a una linea base.</p> <p>Qualora non fosse possibile misurare anche l'outcome, avvalersi di:</p> <ul style="list-style-type: none">• feedback degli stakeholder;• ricerca desk.

CONCLUSIONI

- Misurazione e gestione dell'impatto sono **attività complesse e dispendiose**. D'altra parte, esistono **costi sociali** connessi a una inappropriata misurazione e gestione dell'impatto.
- Solo migliorando la qualità della misurazione e gestione dell'impatto è possibile garantire **l'integrità e trasformatività** necessaria al mercato dell'impact investing.
- La proposta di una **roadmap di buone pratiche** consente a imprese e investitori di adattare gradualmente i propri assetti organizzativi e le proprie pratiche di misurazione e gestione dell'impatto ai più **avanzati standard internazionali**.



SOCIAL IMPACT
AGENDA PER L'ITALIA