

«Validazione di un modello ardigoiano di Welfare di Comunità»

Corso magistrale 2020/21

4 giugno 2021

L' IMPATTO SOCIALE DEGLI EMPORI SOLIDALI CASE ZANARDI

Presentazione del modello valutativo

a cura di Giorgia Bonaga

Scuola Achille Ardigò del Comune di Bologna

Scuola Superiore di Politiche per la Salute (SSPS) Università di Bologna

Studio di valutazione d'impatto

Obiettivi dello studio:

- quantificare l'impatto sociale prodotto, considerando risultati di carattere sociale, ambientale ed economico che possono caratterizzare l'approccio multidimensionale degli Empori;
- valutare la sostenibilità dell'azione sociale, esplorando il rapporto tra risorse impiegate e valore generato;
- offrire ai co-gestori strumenti utili a migliorare l'efficacia d'intervento, individuando possibili strategie di pianificazione e gestione dell'impatto generato.

Metodologia:

- Teoria del Cambiamento (ToC)
- Metodo del Ritorno Sociale sull'Investimento (SROI)

Periodo di raccolta e analisi dei dati:

- dicembre 2019 – marzo 2021
- Analisi su anno di attività 2020

Fonti e dati di analisi:

- **Fonti primarie:** 2 workshop con operatori, 6 interviste semi-strutturate ex ante ed ex post ad operatori e dirigente, 1 questionario online somministrato a 40 volontari.
- **Fonti secondarie:** database famiglie accolte 2014-2019 e 2020, database approvvigionamenti, Report storici degli Empori Solidali, report Istat su consumi delle famiglie

Modello operativo degli Empori Solidali

Gli Empori Solidali sono “**botteghe di quartiere**”, luoghi di distribuzione di generi di prima necessità – alimentari, prodotti di igiene per la persona e la casa – in cui famiglie con minori, residenti a Bologna, in situazione di difficoltà socio-economica, anche temporanea, possono effettuare una spesa gratuita di beni di prima necessità.

Attività:

- coordinamento e gestione di 3 Empori (Capo di Lucca, Beverara, Abba)
- distribuzione beni alimentari e non
- allestimento di scaffali e gestione magazzino
- approvvigionamento dei beni alimentari e non
- ascolto e supporto relazionale (volontari)
- supporto e orientamento al lavoro (Sportelli Case Zanardi)
- corsi di alfabetizzazione
- partecipazione a rete assistenza alimentare

Elementi identitari:

- Governance multi-stakeholder (Ente Pubblico + ETS)
- accoglienza delle famiglie inviate dai Servizi e dai partner ETS
- patto di adesione e servizi integrati (approccio multidimensionale alla povertà)
- approccio relazionale ed educativo
- costruzione di una rete solidale

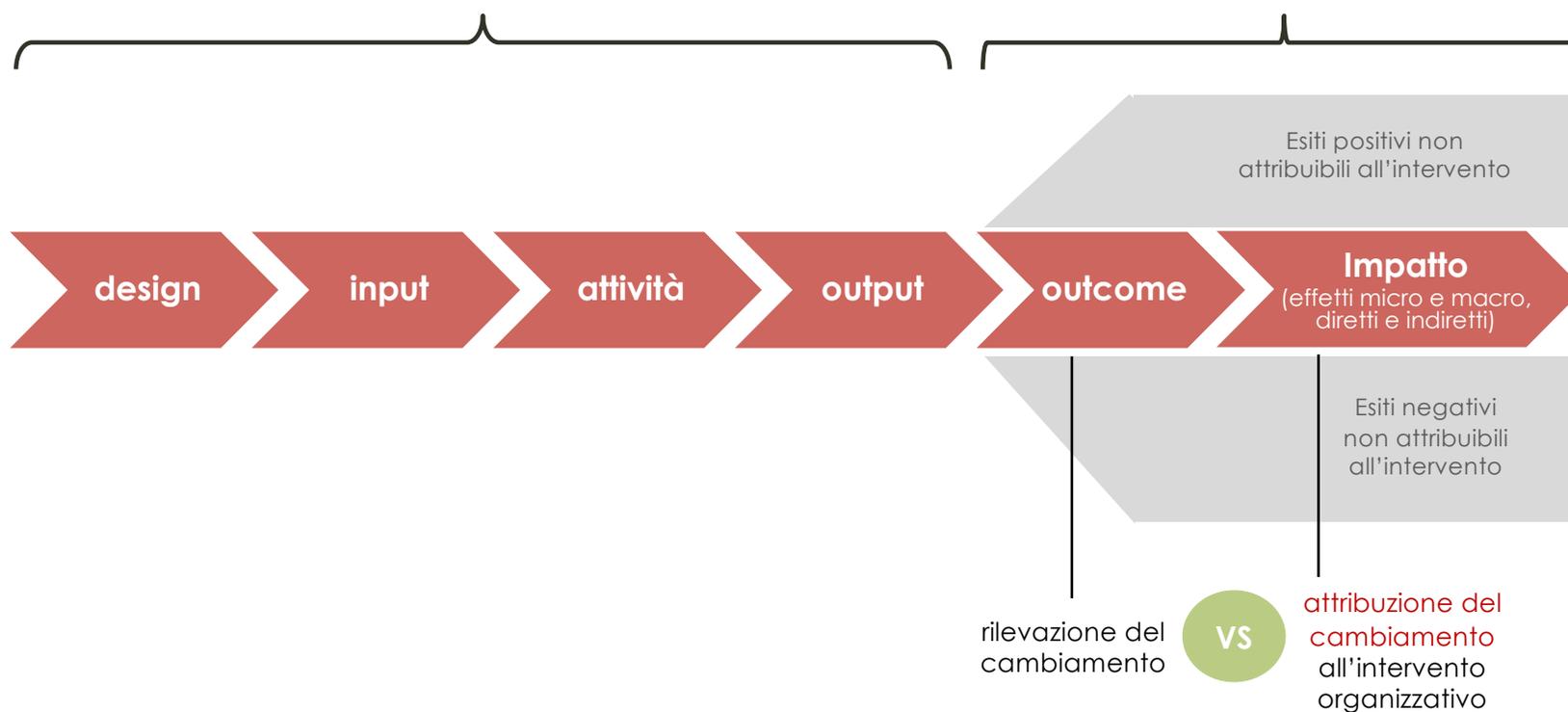
La catena di valore dell'impatto

I livello: RENDICONTAZIONE

Misurazione
della performance

II livello: SPIEGAZIONE

Misurazione
dell'impatto



Teoria del cambiamento

- **Soddisfazione dei bisogni primari delle famiglie** (spesa alimentare e non)
- **Supporto al processo di autonomizzazione delle famiglie** (Patto di adesione);
 - aumento benessere delle famiglie (supporto relazionale)
 - miglioramento sostenibilità familiare
 - aumento qualità della vita
 - inclusione sociale e lavorativa
- **Attivazione della società civile**
 - condivisione responsabilità e partecipazione
 - aumento resilienza comunitaria (rete assistenza alimentare)
 - rigenerazione/sviluppo del territorio
- **Contrasto allo spreco**
 - sensibilizzazione della comunità
 - riduzione dello spreco alimentare (filiera produttiva)

Teoria del cambiamento – in modalità extra-ordinaria

- **Soddisfazione dei bisogni primari delle famiglie** (spesa alimentare e non)
- **Supporto al processo di autonomizzazione delle famiglie** (Patto di adesione);
 - aumento benessere delle famiglie (supporto relazionale)
 - miglioramento sostenibilità familiare
 - aumento qualità della vita
 - inclusione sociale e lavorativa
- **Attivazione della società civile**
 - condivisione responsabilità e partecipazione
 - aumento resilienza comunitaria (rete assistenza alimentare)
 - rigenerazione/sviluppo del territorio
- **Contrasto allo spreco**
 - sensibilizzazione della comunità
 - riduzione dello spreco alimentare (filiera produttiva)

Performance degli Empori Solidali in tempi di covid19

Strategie operative:

- coinvolgimento di giovani volontari (Associazione Don't Panic)
- composizione di panieri personalizzati
- aumento acquisto di beni
- riduzione delle eccedenze

Outreach del progetto:

- n. 989 nuclei familiari, n. 3.203 persone, n. 1.268 minori (40%)
- il numero delle famiglie accolte nel 2020 è superiore al **450%** delle famiglie accolte nel 2019 (n. 178) e del 40% del numero totale di famiglie transitate dal 2014 al 2019, cioè durante tutti i sei anni di attività degli empori (n. 670).

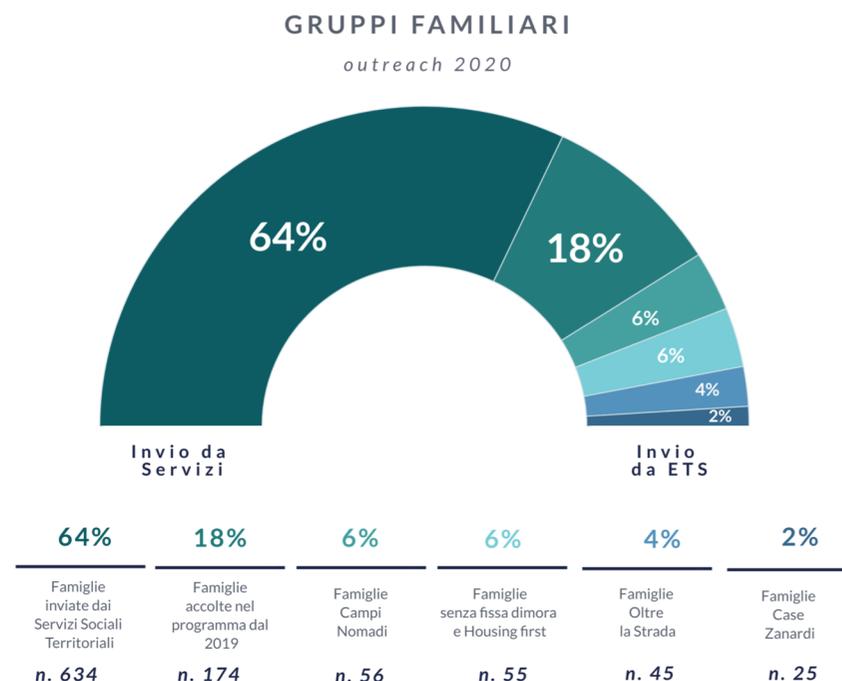


Grafico 1 Invii gruppi familiari- outreach 2020

Flussi mensili dei nuclei familiari

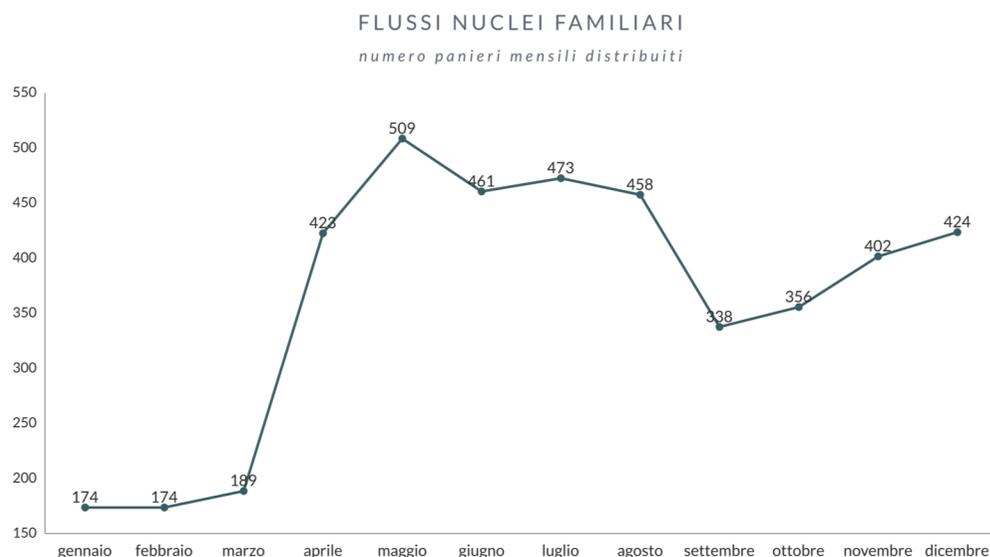


Grafico 2. Numero panieri distribuiti mensilmente

Nell'arco del 2020 gli Empori hanno distribuito **n. 4.404 panieri mensili**.

Osservando i flussi, cioè la quantità di panieri distribuiti in base alla differente composizione dei nuclei familiari, si rileva **una prevalenza dei nuclei più numerosi**, formati cioè da oltre 5 persone (26% - n.1.169 panieri distribuiti)

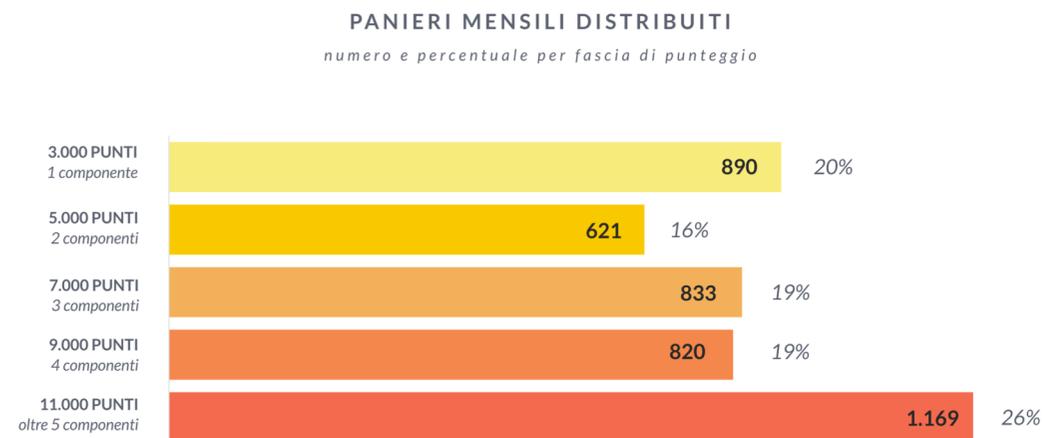


Grafico 2. Fasce punteggio dei panieri distribuiti

Turn over delle famiglie

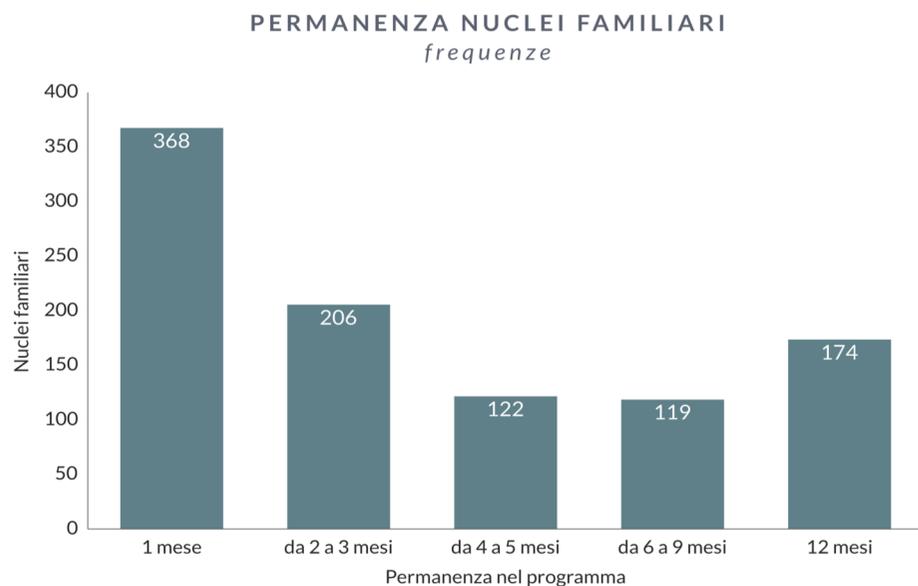


Grafico 4 Durata permanenza dei nuclei familiari nel programma

Rapido turn over delle famiglie accolte, il 36% è rimasto solo un mese (n. 368), il 20% da 2 a 3 mesi (n. 206), il 12% da 4 a 5 mesi (n. 122) e il 12% da 6 a 9 mesi (n. 119).

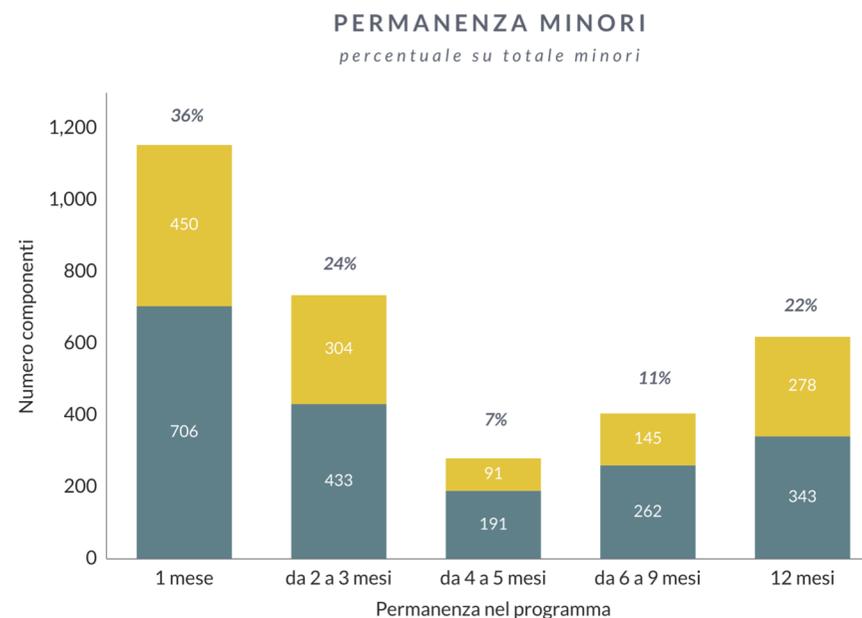


Grafico 5. Durata permanenza dei nuclei familiari nel programma in base al numero di minori

La presenza di minori nelle famiglie accolte non è connessa alla durata della permanenza nel programma, pare infatti che siano proprio i nuclei con un maggior numero di minori (36%) ad avere usufruito per minor tempo (1 mese) della distribuzione di beni offerta dagli Empori.

Caratteristiche nuclei familiari

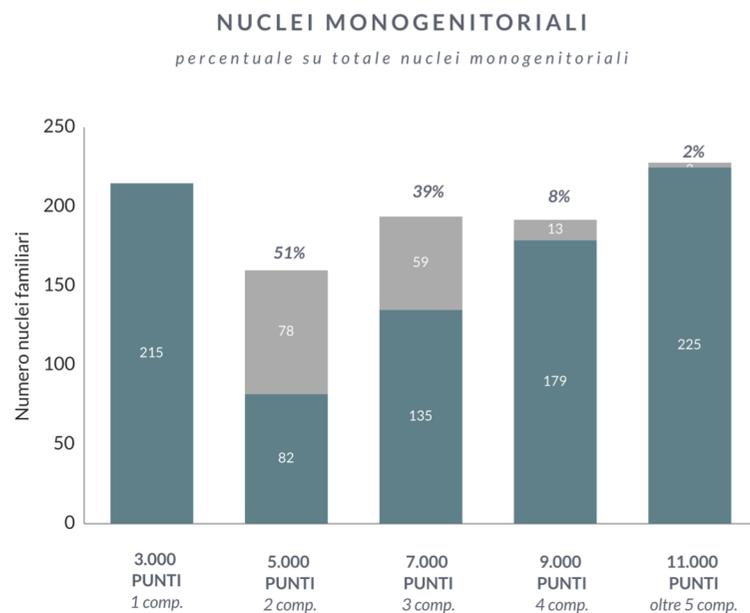


Grafico 6. Distribuzione dei nuclei monogenitoriali per fasce di punteggio

n. 153 nuclei monogenitoriali (15,4% del totale), il 49% è composto da adulti con 2 minori (39%), 3 minori (8%) e in alcuni casi persino 4 minori (2%).

Si riconferma l'ampio turn over rispetto alla durata della permanenza nel programma, circa n. 63 nuclei monogenitoriali (il 41% del totale) hanno beneficiato della distribuzione solo per un mese

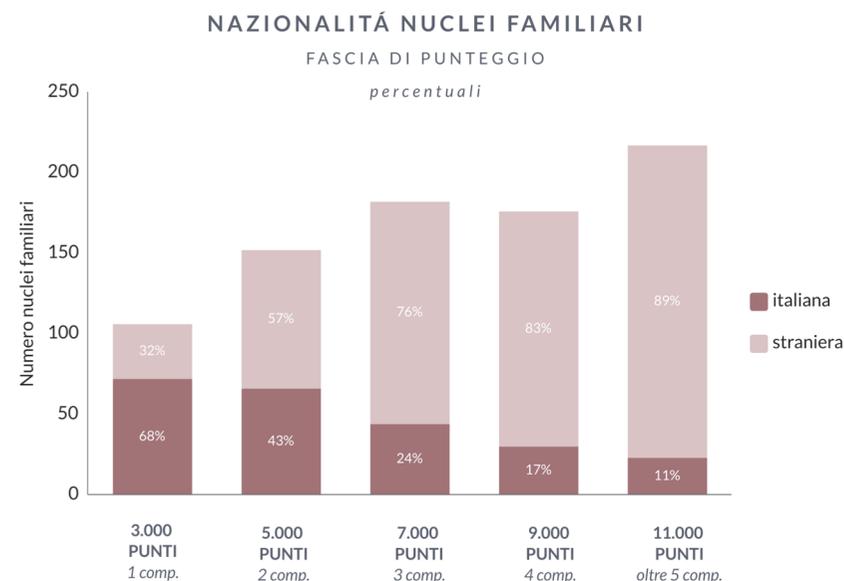


Grafico 7. Distribuzione delle nazionalità per fasce di punteggio

Presenza maggioritaria di famiglie straniere (71%) rispetto a quelle italiane (29%). Le famiglie italiane accolte sono prevalentemente mononucleari (il 30% delle famiglie italiane) o composte da 2 persone (28%). Al contrario, le famiglie straniere sono le più numerose, composte perlopiù da 4 membri (24% delle famiglie straniere) o 5 e più membri (32% delle famiglie straniere).

Approvvigionamenti e nuovi partner

La stima del valore complessivo dei beni (alimentari e non) in entrata nel 2020 è pari a **328.069,25 €**, di questi il 96% è stato distribuito alle famiglie degli Empori, mentre il 4% (valore in €) è stato orientato verso i partner della rete di assistenza alimentare (beni in uscita).

FONTE DEGLI APPROVVIGIONAMENTI (2020)

valore dei beni donati in € e percentuali

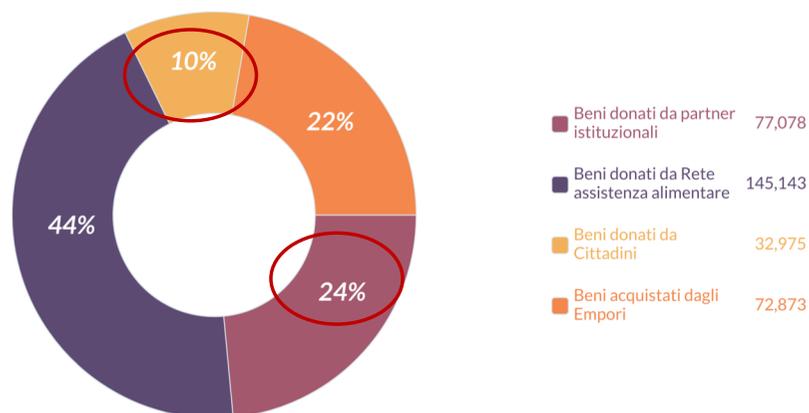


Grafico 8. Fonti beni in entrata – anno 2020

Sul totale di beni in entrata (oltre 108 mila kg), l'80% è composto da beni "nuovi", donati o acquistati a valore di mercato, mentre il 20% è costituito dalle eccedenze.

FONTE DEGLI APPROVVIGIONAMENTI (2019)

valore dei beni donati in € e percentuali

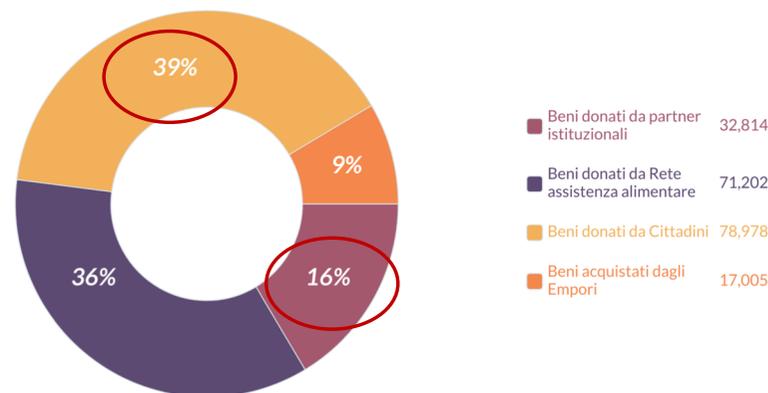


Grafico 9. Fonti beni in entrata – anno 2019

Sul valore totale di beni in entrata (circa 200.000€), l'70% è composto da beni "nuovi", donati o acquistati a valore di mercato, mentre il 30% è costituito dalle eccedenze.

Analisi del Ritorno Sociale sull'Investimento (SROI)

Fasi della metodologia:

- 1) Definizione del campo di analisi e individuazione degli stakeholder
- 2) Mappatura degli outcome
- 3) Selezione degli outcome e attribuzione di valore
- 4) Definizione dell'impatto generato
- 5) Calcolo dello SROI *ratio*
- 6) Condivisione e *dissemination* dei risultati dell'analisi

Il Ritorno Sociale sull'Investimento (SROI) si basa sul rapporto tra:

Valore monetario del cambiamento
generato

(Outcome o present value)

=

SROI ratio

Valore generato per ogni euro speso

Investimenti necessari per
raggiungerlo
(Input)

SCOPO DELL'ANALISI

- **Goal** - In che modo l'attività conduce all'impatto desiderato Gli Empori Solidali rispondono ai bisogni primari delle famiglie più fragili, residenti nell'area metropolitana della città di Bologna, attivando le risorse comunitarie e moltiplicandone il valore.
- **Obiettivo di gestione:** verificare la sostenibilità economica e sociale del progetto; operare una pianificazione strategica.
- **Obiettivo di investimento:** potenziare o diminuire gli investimenti
- **Periodo di analisi:** anno 2020 (12 mesi)
- **Tipologia di analisi:** Analisi valutativa

Il valore degli input

Gli input descrivono il contributo degli stakeholder alle attività degli Empori Solidali.

Valore dei beni (escluse le eccedenze)

- ✓ Beni donati da partner istituzionali (Imprese, enti non profit)
- ✓ Beni donati dai partner della Rete di assistenza alimentare (altri Empori, FBA ed ETS)
- ✓ Beni acquistati da privati cittadini tramite Campagne di raccolta presso le GDO
- ✓ Beni acquistati direttamente dagli Empori

-> 80% beni nuovi e 20% eccedenze (30% eccedenze nel 2019)

Costi del volontariato

- ✓ Costi diretti e indiretti

Costi di gestione

- ✓ Costi di funzionamento
- ✓ Costi personale

Donazioni in denaro

- ✓ Campagna di crowdfunding
- ✓ Erogazioni dei sostenitori

Totale INPUT: 332.412,07 €

Mappatura degli outcome

Esiti di breve e medio termine e relativi indicatori.

Famiglie Empori

- ✓ diminuzione del fabbisogno di spesa mensile familiare
- ✓ aumento del potenziale d'acquisto
- ✓ cambiamento nelle abitudini di consumo delle famiglie, a favore di beni alimentari più sani e sostenibili
- ✓ miglioramento nella gestione dell'economia familiare
- ✓ aumento dell'inclusione sociale e lavorativa delle famiglie

Volontari

- ✓ aumento benessere individuale
- ✓ adozione di abitudini di consumo più sostenibili

Fornitori e donatori di beni

- ✓ aumento del fatturato
- ✓ ritorno di immagine – Responsabilità Sociale di Impresa
- ✓ agevolazioni fiscali (eccedenze, Legge Gadda)

Comunità locale

- ✓ riduzione dello spreco alimentare
- ✓ riduzione costi comunitari

Comunità di quartiere

- ✓ rigenerazione asset comunitari
- ✓ aumento partecipazione e coesione sociale (Community Building)
- ✓ aumento conflitti e tensioni sociali

Servizi sociali territoriali

- ✓ riduzione presa in carico
- ✓ risparmio spesa pubblica

Totale OUTCOME: 823.903,83 €

Quantificazione degli outcome (proxy)

La proxy finanziaria è un'approssimazione del valore di un dato outcome, per il quale non è possibile ottenere una misura esatta.

Famiglie Empori

Outcome 1: diminuzione del fabbisogno di spesa mensile familiare



Indicatore: percentuale di copertura del fabbisogno di spesa familiare mensile (incidenza su povertà)

Outcome 2: aumento del potenziale d'acquisto



Indicatore: il risparmio medio mensile familiare generato

STIMA DELL'INCIDENZA SULLA POVERTÀ RELATIVA anno 2020					
Ampiezza famiglia (n. componenti)	Linea di povertà	Totale spesa mensile (alimentari e non)	Valore paniere mensile	Copertura fabbisogno spesa mensile (%)	Contributo totale alla sostenibilità familiare (%)
1	656,97 €	110,70 €	29,40 €	26,56 %	4,48 %
2	1.094,95 €	202,02 €	49,00 €	24,26 %	4,48 %
3	1.456,28 €	278,59 €	68,60 €	24,63 %	4,71 %
4	1.784,77 €	349,28 €	88,21 €	25,25 %	4,94 %
5 e più	2.080,40 €	433,14 €	107,81 €	24,89 %	5,18 %

Fonte: Dati consumi famiglie, Report Istat 2019

NB: In modalità operativa ordinaria (2019) il valore del paniere mensile è più elevato e contribuisce in misura maggiore alla sostenibilità del nucleo familiare (31% povertà relativa e 30,6% povertà assoluta).

Quantificazione degli outcome (proxy)

Volontari

Outcome 1: aumento benessere individuale



Indicatore: valore del benessere riscontrato (valutazione contingente)

Outcome 2: adozione di abitudini di consumo più sostenibili



Indicatore: valore spreco evitato annuale (*Waste Watcher, 2020*)

Quanto è probabile che l'esperienza di volontariato negli Empori abbia influenzato positivamente il suo comportamento in altri ambiti del vivere quotidiano?

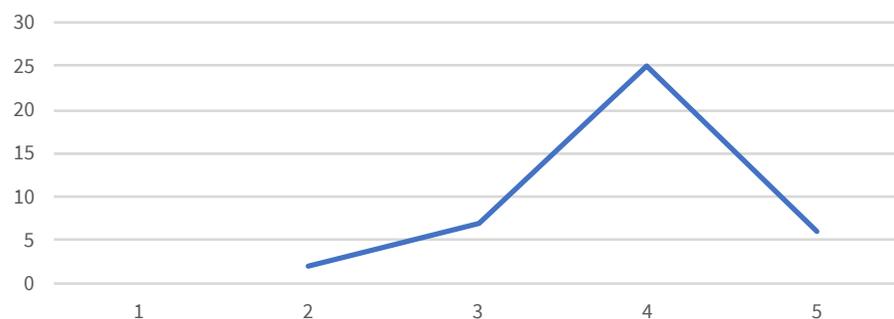


Grafico 10. Livello di influenza sullo stile di vita dei volontari

Cambiamenti negli stili di vita

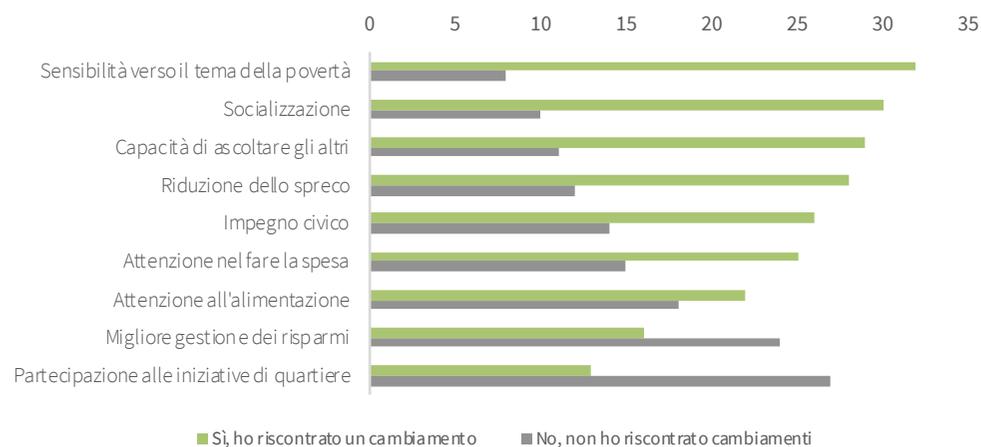


Grafico 11. Ambiti influenzati dall'esperienza di volontariato

Calcolo indice SROI

- La metodologia SROI mira a individuare e misurare gli effetti dell'intervento, ossia ciò che è realmente cambiato grazie all'intervento realizzato, distinguendolo da ciò che sarebbe comunque avvenuto anche in sua assenza.
- Applicazione delle 4 misure di addizionalità: *deadweight*, *attribution*, *displacement*, *drop off*

CALCOLO SROI RATIO	
Totale Present Value 2020 (PV)	784.459,48 €
Totale INPUT	332.412,07 €
Net Present Value (VAN)	452.047,41 €
Social Return Ratio (Valore generato per ogni euro investito)	2,36

Analisi di sensitività

SENSITIVITÀ 1. VARIANTE CONSERVATIVA E VARIANTE INCLUSIVA

	<i>Versione bilanciata (presentata nel rapporto)</i>	<i>Versione alternativa conservativa</i>	<i>Versione alternativa Inclusiva</i>
SROI ratio	2,36	2,07	2,61

Solidità
dell'analisi
realizzata

SENSITIVITÀ 2. VARIAZIONE DELLE ECCEDENZE

	20% eccedenze	30% eccedenze	40% eccedenze
SROI Ratio	2,37	2,58	2,80
	anno 2020	stima anno 2019	

Elemento
strategico per
moltiplicazione
del valore
generato

SENSITIVITÀ 3. Ipotesi controfattuale: Empori Solidali VS buoni spesa

INPUT	<i>Costi Empori 2020</i>	<i>Simulazione costi emissione buoni</i>
Valore dei beni distribuiti/erogati	248.591,49 €	328.069,25 €
Costi di gestione	80.575,13 €	57.187,50 €
Eventuali costi di commissione su buoni alimentari (12%)		39.368,31 €
Totale INPUT	332.412,07 €	424.625,06 €
<i>di cui a carico di Co.Bo/PA</i>	<i>100.187,50 €</i>	<i>424.625,06 €</i>
OUTCOME	<i>Outcome Empori 2020</i>	<i>Simulazione outcome emissione buoni</i>
Benefici famiglie per copertura fabbisogno spesa alimentare e non	315.546,82 €	315.546,82 €
Valore potenziale di acquisto famiglie	315.546,82 €	315.546,82 €
Benefici copertura fabbisogno spesa alimentare e non di famiglie di altri empori	12.522,44 €	12.522,44 €
Valore potenziale di acquisto di famiglie di altri empori	12.522,44 €	12.522,44 €
Benefici riscontrati dai volontari	112.071,17 €	0,00 €
Risparmio familiare dei volontari per riduzione dello spreco	6.585,60 €	0,00 €
Aumento fatturato fornitori per beni venduti a ES	0,00 €	0,00 €
Aumento fatturato fornitori per beni venduti a Privati	1.183,14 €	11.771,12 €
Aumento fatturato/ Brand reputation per donatori di beni (aziende)	2.765,57 €	0,00 €
Risparmio fiscale per donatori di beni (aziende)	0,00 €	0,00 €
Riduzione costi comunitari smaltimento eccedenze	5.715,49 €	0,00 €
Valore Outcome Attuale	784.459,48 €	667.909,63 €
Valore Outcome Netto	452.047,41 €	243.284,57 €
SROI Ratio	2,36 €	1,57 €

Riflessioni conclusive

- L'indice SROI ottenuto (2,36) risente profondamente della modalità operativa emergenziale; non è stato possibile includere e calcolare **outcome significativi** (es: posizionamento nel mercato del lavoro, risoluzione delle insolvenze, cambiamento nello stile di vita ecc.).
- In evidenza il **carattere resiliente** del progetto Empori Solidali Case Zanardi:
 - il mantenimento e il rafforzamento delle proprie attività, sostenendo direttamente in parte l'aumento dei costi;
 - la riprogrammazione dell'intervento di distribuzione dei beni, senza smarrire mai del tutto gli elementi distintivi dell'approccio operativo (es: personalizzazione dei panieri);
 - l'ampliamento del numero di famiglie per far fronte all'aumento di fragilità che la pandemia ha portato con sé.
- L'analisi di sensibilità ha mostrato quali sono gli elementi da potenziare per aumentare la sostenibilità dell'azione sociale: **la percentuale di eccedenze e la rete di partner donatori di beni.**
- Aumentare **visibilità** degli Empori -> Community hub