



INTRODUZIONE ALLA FINANZA SOCIALE

Quaderno Sodalitas



Fatti&Effetti

INTRODUZIONE ALLA FINANZA SOCIALE





INDICE

1. INTRODUZIONE	6
2. SINTESI	8
3. QUADRO DI RIFERIMENTO	10
3.1 Influenzatori del contesto	11
3.2 Attori sociali	12
3.3 Finanziatori	13
3.4 La finanza sociale: sintesi dei principali attori e stakeholder	14
4. INVESTIMENTI AD IMPATTO SOCIALE: L'INVESTMENT SPECTRUM	15
4.1 Investimenti ad impatto sociale: definizione e perimetro	15
4.2 Investment Spectrum	16
4.3 La dimensione dell'Impact investing	19
4.4 Il funding dell'Impact Investing: gli strumenti di Social Finance trattati	20
5. MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE	22
5.1 L'impatto sociale: un radicale cambiamento di prospettiva	22
5.2 La Teoria del Cambiamento	23
5.3 Glossario minimo	25
5.4 Perché (e per chi) misurare l'impatto sociale	26
5.5 Il ciclo dell'applicazione pratica della misurazione dell'impatto sociale	26
5.6 Gli strumenti di misurazione	28
6. SOCIAL IMPACT FUND	31
6.1 Definizione	31
6.2 Meccanismo di funzionamento	31
6.3 Casi esteri	34
6.4 Casi italiani	37
6.5 Scenario normativo italiano	39
6.6 Evoluzione dello scenario politico europeo e internazionale	41
7. SOCIAL IMPACT BOND	42
7.1 Definizione e funzionamento	42
7.2 Finalità	43
7.3 Opportunità e criticità	43
7.4 Stato dell'arte all'estero e in Italia	44
8. SOCIAL BOND	45
8.1 Definizione e funzionamento	45
8.2 Casi italiani	45
8.3 Prime conclusioni	48
9. MINI BOND	49
9.1 Definizione e principali caratteristiche	49
9.2 Cooperative italiane potenzialmente idonee	50
9.3 Evoluzione	50
10. CROWDFUNDING E SOCIAL LENDING	51
10.1 Definizione e aspetti caratteristici	51
10.2 Articolazione del crowdfunding: le tipologie	52
10.3 Normativa di riferimento	52
10.4 Il mercato del crowdfunding in Italia	53
10.5 Il mercato del crowdfunding all'estero	55
10.6 Crowdfunding per il terzo settore in Italia	55
10.7 Come impostare un progetto di crowdfunding	57
10.8 Piattaforme di interesse per il nonprofit	58
11. MICROFINANZA	64
11.1 Microfinanza: definizione	64
11.2 Prodotti e servizi della microfinanza	64
11.3 Microcredito	65
11.4 Aspetti operativi del microcredito in Italia	65
11.5 Microcredito in Italia	66
11.6 Esperienze di microcredito bancario in Italia	69
11.7 La legislazione vigente in Italia	71
11.8 Unione Europea	72
11.9 Altre iniziative estere	73
11.10 Microcredito e web	75
12. STRUMENTI FINANZIARI TRADIZIONALI PER IL TERZO SETTORE	76
12.1 Finanziamenti bancari per le organizzazioni del terzo settore	76
12.2 Finanziamenti tradizionali per progetti	79
PER APPROFONDIRE: BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	82
GLOSSARIO	84

1. INTRODUZIONE

In Italia, come nella maggioranza dei Paesi europei, le iniziative nel campo dei servizi sociali vengono realizzate dalla Pubblica Amministrazione, sia centrale che locale, dalle Organizzazioni Nonprofit, il cosiddetto Terzo settore, e da imprese private, di tipo for Profit. La PA si fa carico dei costi e dei finanziamenti della quota più rilevante degli interventi di tipo sociale. Il Terzo Settore opera prevalentemente in convenzione con la PA locale anche se vi affianca attività a pagamento offerte al mercato delle famiglie; usufruisce inoltre di contributi a fondo perduto di tipo filantropico. Le imprese private, in alcuni casi anche internazionali, offrono determinati servizi prevalentemente al mercato delle famiglie.

Due macrofenomeni, negli ultimi anni, stanno coinvolgendo in modo rilevante tutti gli operatori del sociale:

- la crisi, che ha ridotto le risorse disponibili in tutti i paesi Europei, anche quelli ove il “welfare state” è più sviluppato;
- le modificazioni anagrafiche, con l'invecchiamento medio della popolazione e l'aumentata attesa di vita, che hanno incrementato in modo significativo i bisogni di assistenza.

In questo quadro, sia a livello europeo che, più recentemente, italiano, viene posto l'obiettivo di supportare lo sviluppo di un più ampio mercato per le attività con contenuto sociale, garantendo alcune facilitazioni di tipo amministrativo e fiscale alle organizzazioni che operano nel sociale, a fronte di determinati pre-requisiti, sistemi di governance, metodi e strumenti di misurazione dell'impatto sociale. In questo senso, e limitandosi alle attività di contenuto sociale, si stanno riducendo le differenze tra organizzazioni profit e nonprofit.

Particolare rilevanza, per lo sviluppo di un mercato del sociale sano e, per quanto serve, regolato, ha il tema dei sistemi di finanziamento. Il mercato della Finanza Sociale (intesa come l'insieme dei processi, degli attori, degli strumenti finanziari a disposizione delle iniziative in campo sociale, siano esse non profit o for profit) si sta sviluppando e si sta dando delle regole con il contributo e la spinta determinante di alcuni attori chiave come le società di gestione del risparmio. Meno attivo su questo fronte al momento il Terzo Settore il cui ricorso al sistema finanziario sino a questo punto si è in buona sostanza limitato all'indebitamento con le banche.

Il presente Quaderno raccoglie le informazioni disponibili fino agli inizi del 2015 sul livello di sviluppo della Finanza Sociale (Social Finance); si tratta di un documento in divenire, che andrà periodicamente aggiornato con l'evolversi della normativa e con i nuovi orientamenti, soluzioni, prodotti che verranno proposti.

Lo scopo è mettere a disposizione degli operatori - sia nonprofit che for profit, sia finanziatori che fruitori di finanziamenti - un riferimento di lavoro per condividere un lessico e le informazioni disponibili. Invitiamo ad utilizzare questo Quaderno come una “open source”, disponibile per tutti (citando la fonte) e alla quale in futuro ciascuno potrà proporre integrazioni, aggiornamenti, precisazioni.

L'intendimento di Fondazione Sodalitas, in ottica multistakeholder, è di favorire e supportare un maggior coinvolgimento e consapevolezza anche da parte del Terzo Settore e più in particolare delle imprese sociali, destinatari elettivi dell'offerta di questi strumenti e servizi. Se ciò potrà essere realizzato, ne trarranno beneficio anche i finanziatori che saranno in grado di valutare meglio i rischi, le opportunità e l'impatto sociale realizzabile e, a valle, realizzato dalle iniziative che decidono di finanziare.

Il Gruppo di Lavoro sulla Finanza Sociale
Fondazione Sodalitas

Aldo Cavadini (coordinatore)
Paolo Guadagno
Sergio Murelli
Giuseppe Pitotti
Gianluigi Sobacchi

Hanno inoltre contribuito Maria Teresa Scherillo per il capitolo 5 “Misurazione dell’impatto sociale”, Giovanni Faini per il capitolo 11 “Finanziamenti bancari per le organizzazioni del Terzo Settore”, e Marco Bignelli in fase di editing.

Ringraziamo in particolare per lo stimolo ricevuto e il contributo di idee e contenuti Paola Pierri e Roberto Randazzo. Preziosa è stata anche la possibilità di confrontarsi con Luciano Balbo, Davide Dal Maso, Alessandro Messina e Marco Ratti.

Il Gruppo di Lavoro di Fondazione Sodalitas che si è fatto carico dell’elaborazione del testo ha cercato di citare ove appropriato le fonti; ci scusiamo di possibili dimenticanze, sollecitando eventuali precisazioni.

Fondazione Sodalitas, che opera pro bono fornendo contributi consulenziali al Terzo Settore e alla PA locale, e supporto alle Imprese aderenti per la realizzazione della loro strategia di Sostenibilità e Responsabilità Sociale d’Impresa (CSR), si colloca in un ruolo intermedio di ponte tra le tre aree: for profit, nonprofit, PA. È missione di Fondazione Sodalitas appoggiare progetti e strategie che mirino a realizzare una sostenibilità compatibile, con un approccio multistakeholder: intendendo per stakeholder i portatori di interessi legittimi relativi al tema che si sta affrontando.

2. SINTESI

Due macrofenomeni stanno coinvolgendo in modo importante il settore dei Servizi Sociali: l'invecchiamento medio della popolazione e la crisi economica. In questo contesto, aumenta la domanda di servizi mentre diminuisce la disponibilità di risorse pubbliche per farvi fronte. Nel Quaderno, si fa il punto della situazione focalizzandosi, da un lato, sul migliore utilizzo delle risorse disponibili e, dall'altro, sulla disponibilità di sistemi di finanziamento dei servizi sociali in grado di veicolare risorse aggiuntive per contribuire a colmare il gap: la Finanza Sociale.

Sul fronte dell'utilizzo delle risorse, viene approfondito il tema della misurazione dell'Impatto Sociale, evidenziandone la doppia valenza: da un lato, migliorare le modalità d'intervento nel sociale quanto a efficacia e possibilità di affrontare e risolvere problemi reali; dall'altro, permettere a chi finanzia iniziative nel sociale di fare delle scelte su chi e come supportare, rendicontando poi ai finanziatori la realizzazione effettiva dell'impatto sociale positivo che era stato prefigurato.

Sul fronte degli strumenti finanziari a supporto di iniziative sociali, il testo illustra le soluzioni disponibili, alcune tradizionali e collaudate, altre nuove o innovative, evidenziandone opportunità, limiti e campi di applicazione.

All'inizio, il **Quadro di Riferimento** (capitolo 3) descrive sinteticamente lo stato dell'arte della Finanza Sociale in Italia, la situazione normativa e legislativa, la posizione prevalente dei vari gruppi di stakeholder (Attori Sociali, Influenzatori del contesto, Finanziatori) e le difficoltà da superare.

Il capitolo 4 intende stimolare una prima riflessione sulle varie declinazioni possibili degli **Investimenti ad Impatto Sociale**: dal 'puro dono' all'investimento vero e proprio in imprese socialmente responsabili, passando per le varie gradazioni della Finanza ad Impatto ('Impact Investing') e per le loro possibili 'ibridazioni' che consentirebbero di raggiungere, nel tempo, la sostenibilità di tante iniziative sociali. Si tratta di una riflessione non semplice, in quanto la cultura finanziaria non è tradizionalmente presente nel Terzo Settore.

L'attuale normativa sulle Imprese Sociali, attorno alla quale si stanno da tempo discutendo possibili evoluzioni (il Parlamento ha all'esame in tal senso una delega al Governo), non facilita la creazione di un mercato di Fondi di Investimento nel sociale; ciò nonostante il sistema finanziario si sta attrezzando per poter proporre agli investitori una nuova *asset class* rivolta ad investimenti in iniziative con contenuto sociale.

Il Quaderno, nel sottolineare l'importanza anche per il Terzo Settore di coinvolgersi per tempo preparandosi al possibile utilizzo di strumenti finanziari che vadano al di là dell'indebitamento bancario, intende aiutare a familiarizzarsi con lo strumento 'equity' - cioè con la partecipazione azionaria - soprattutto ora, data l'evoluzione normativa in corso. Alcuni di questi strumenti, che non implicano l'acquisizione di partecipazioni azionarie nell'impresa sociale, sono già utilizzabili. Ma tutti rispondono ad aspettative di ritorno non soltanto economico (previsto spesso in modo contenuto) ma anche in termini di valore sociale creato, da misurare evidenziando il cambiamento cioè l'impatto sociale generato. È, quindi, rilevante lo sviluppo da parte delle Organizzazioni Nonprofit di una cultura della **Misurazione dell'Impatto Sociale** (capitolo 5), che si basi preferibilmente su un approccio alla Teoria del Cambiamento. In questo modo, le ONP possono migliorare qualità ed efficacia dei loro processi di erogazione dei servizi sociali e prepararsi a rispondere alle attese del mercato della Finanza Sociale, quando decideranno di accedervi.

Vengono quindi analizzati e discussi i vari strumenti di Finanza Sociale:

Social Impact Fund (capitolo 6), una forma di azionariato sociale che si realizza attraverso Fondi che investono capitale di rischio in imprese o organizzazioni con l'obiettivo di generare un impatto sociale o ambientale misurabile insieme ad un ritorno finanziario. Già diffusi in Europa, ma, a legislazione vigente, di limitata applicabilità alle Imprese Sociali in Italia, finché non si attuino modifiche normative che consentano di far decollare il mercato.

Social Impact Bond (capitolo 7), noto anche come Pay for Success Bond, un titolo 'obbligazionario' dove la restituzione e la remunerazione del prestito è condizionata al raggiungimento di un determinato risultato sociale. Applicato dalla Pubblica Amministrazione per la raccolta di finanziamenti privati. Di realizzazione complessa, coinvolgono numerosi attori tra cui un Valutatore Indipendente. Per ora, di applicazione limitata.

Social Bond (capitolo 8), obbligazioni tradizionali indirizzate specificatamente a ONP sia nel senso di masse raccolte che di flusso di donazioni ad esse destinate. Già con numerose applicazioni in Italia, rappresentano una reale opportunità data la buona propensione al sociale, soprattutto del pubblico *retail*.

Mini Bond (capitolo 9), obbligazioni la cui emissione non richiede la quotazione sul mercato. Sviluppati con l'obiettivo di supportare le piccole e medie imprese, hanno un reale potenziale di utilizzo anche per le cooperative.

Crowdfunding e Social Lending (capitolo 10), forme di finanziamento a base diffusa che utilizzano piattaforme web. Soluzioni già presenti in misura consistente in Italia. Adatte a progetti, anche di una certa dimensione, promossi in particolare da ONP.

Microfinanza (capitolo 11), prestiti di piccola entità a soggetti non bancabili. Diverse e numerose anche in Italia le soluzioni adatte per iniziative private di dimensioni contenute. Anche il Microcredito è già da tempo disponibile e utilizzato dal Terzo Settore.

Strumenti Finanziari Tradizionali per il Terzo Settore (capitolo 12). L'indebitamento bancario è attualmente lo strumento più utilizzato, anche se da un numero limitato di ONP. I tassi sono generalmente penalizzanti anche se statisticamente il rischio d'insolvenza per le ONP è inferiore a quello che si verifica per le organizzazioni for profit. Rilevante è anche l'apporto dei finanziamenti tradizionali, solitamente per bandi, su progetti, sia da parte di privati (da sottolineare quello delle fondazioni ex bancarie) che da parte di enti pubblici, a partire dalle organizzazioni internazionali ed europee fino alle regioni ed enti locali.

NOTA

Fondazione Sodalitas ha redatto il presente Quaderno come contributo allo sviluppo di una cultura condivisa sulla Finanza Sociale in Italia. Operativamente, è inoltre disponibile pro-bono a fornire supporto alle Organizzazioni del Terzo Settore che intendano approfondire queste tematiche, affiancando i vertici e i responsabili tecnico amministrativi nell'analisi dei loro bisogni e delle possibili scelte di strumenti finanziari da utilizzare secondo le specifiche situazioni e necessità.

3. QUADRO DI RIFERIMENTO

Prima della rivoluzione industriale, nell'800, in un'economia prevalentemente agricola, i bisogni di supporto e assistenza sociale venivano risolti nell'ambito familiare allargato e nella piccola comunità di paese.

Con l'Industrializzazione, gradualmente, alcuni grandi imprenditori illuminati hanno dato vita ad iniziative che oggi chiameremmo di welfare aziendale, iniziando dagli alloggi per i dipendenti e allargando poi ad asili, colonie estive per i bambini, ambulatori, ecc.... Alcuni nomi con riferimento all'Italia del Nord: Crespi, cui si deve il villaggio operaio Crespi d'Adda, ora sito Unesco; Franco Tosi; Cottonificio Cantoni; Pirelli; Marzotto; Olivetti; Falck; Solvay cui si lega il villaggio di Rosignano Solvay. In parallelo si sono sviluppate le società operaie di mutuo soccorso, le casse mutue e altre iniziative di base.

Nel secondo dopoguerra, con la ripresa economica e il diffondersi nell'Europa continentale del "welfare state", anche in Italia le iniziative aziendali, considerate paternalistiche e comunque offerte solo alle famiglie dei dipendenti e non all'intera popolazione, sono andate perdendo centralità e rilevanza. Lo Stato gradualmente ha garantito, in prospettiva universalistica, all'intera popolazione assistenza sanitaria e servizi sociali. Il cittadino svantaggiato poteva attendersi che comunque la pubblica amministrazione si sarebbe occupata di lui e la famiglia in difficoltà economica o di salute poteva accedere al supporto pubblico.

Come si è già accennato questa impostazione è andata indebolendosi nell'ultimo decennio per due principali concause: l'invecchiamento della popolazione e la crisi economica. Il fenomeno riguarda l'intera Europa, inclusi i Paesi Scandinavi, ove il welfare state ha raggiunto i livelli di maggiore sviluppo. L'invecchiamento medio della popolazione ha origine sia dalla maggiore aspettativa di vita che dalla riduzione delle nascite; con conseguente aumento della domanda di assistenza agli anziani e una diminuzione di popolazione lavorativa giovane, in grado di contribuire all'onere della spesa sociale.

In questo contesto, a livello di Consiglio d'Europa e, successivamente, di Commissione Europea, è stata elaborata la proposta di un approccio di Shared Social Responsibility (SSR - Responsabilità Sociale Condivisa), con l'obiettivo di coordinare e mettere a fattor comune le iniziative e le possibilità di intervento dei vari attori: la Pubblica Amministrazione locale, le organizzazioni nonprofit, le imprese sociali, le organizzazioni private for profit, il volontariato, le imprese che intendono offrire ai propri dipendenti servizi di welfare aziendale, le stesse famiglie cui sono rivolti i servizi sociali.

Obiettivo della SSR è aumentare efficienza ed efficacia dei servizi sociali, coinvolgendo nella progettazione e nell'erogazione anche i fruitori del servizio e i loro contesti (familiari, vicini di casa, amici); l'approccio però richiede la capacità e l'investimento di attenzione da parte di tutti i contributori per raggiungere deliberazioni condivise. La progettazione ed erogazione di servizi sociali inoltre, per essere condivisa, deve rivolgersi a territori non troppi vasti; ci si orienta quindi verso un Welfare Territoriale (WT). Rilevante ai fini della fattibilità dell'approccio SSR è da un lato il livello di competenze e spirito d'iniziativa della Pubblica Amministrazione locale, dall'altro lo sviluppo e il rafforzamento di Imprese Sociali, radicate sul territorio.

Su quest'ultimo tema, l'Italia ha a lungo mantenuto una posizione di avanguardia sancita dalla legge 381 del 1991 istitutiva delle cooperative sociali. Questa posizione è messa ora a rischio in quanto la spinta innovativa si è un po' affievolita se confrontata con quanto si registra in altri Paesi europei, nei quali la normativa fiscale, contributiva, di *governance* di questo tipo di imprese ha permesso lo sviluppo di un mercato in grado di affrontare in modo più efficiente ed efficace le nuove sfide.

Anche in Italia si stanno attualmente discutendo modifiche legislative sulle imprese sociali che dovrebbero essere attuate in tempi brevi per poter passare alla successiva elaborazione dei regolamenti. I punti principali da affrontare sono la distribuibilità, seppur contenuta, degli utili d'esercizio; la rappresentanza societaria in funzione delle quote investite; i limiti del moltiplicatore tra le retribuzioni di base e quelle di vertice; la misurazione dell'effettivo valore sociale dell'attività svolta dall'impresa; alcuni criteri di *governance*.

Ciò che in altri Paesi europei ha affiancato lo sviluppo di questo nuovo "mercato" dei servizi sociali è lo sviluppo del mercato dei relativi finanziamenti: è il tema affrontato da questo Quaderno. Nel 2001 è stato creato in Italia il Forum per la Finanza Sostenibile (FFS): oltre a Fondazione Sodalitas - uno dei fondatori - ne fanno parte rappresentanti del settore finanziario e assicurativo (gestori di fondi di investimento,

assicurazioni, fondi pensione, società di venture capital e private equity, etc..) ma anche associazioni di categoria, sindacati e ONG. Il tema principale sino ad ora discusso è con quali regole, indicatori di misura della performance e criteri di selezione sia possibile creare una o più “asset class” che permettano di migliorare e arricchire l’offerta di opportunità d’investimento sia a privati sensibili ai temi sociali sia a fondi aventi obiettivi statutari orientati in senso sociale.

Per rendere più semplice ed efficiente la gestione di queste asset class, si cerca di ridurre gli indicatori al numero minore possibile, idealmente uno solo. L’orientamento attuale è verso indicatori di tipo ESG (Environment, Social, Governance) che permettono, seppure in modo semplificato, di definire i confini delle asset class, ma prescindono dalla necessità di una valutazione quantitativa dell’efficacia e dell’impatto sociale realizzato.

In tutto questo, i destinatari dei finanziamenti, nelle varie possibili forme (equity cioè azioni; bond cioè obbligazioni; loan cioè prestiti), sono sostanzialmente assenti dalla discussione e quindi, in particolare, non sono in grado di influenzare la scelta degli indicatori di performance.

Per cercare di superare questo limite, la misurazione dell’Impatto Sociale (Social Impact: SI), che va oltre la verifica degli “output” diretti prodotti da un intervento, sta divenendo un tema importante del dibattito, sia per i finanziatori di progetti o di organizzazioni sia per i filantropi, che cercano di essere più selettivi nelle erogazioni pro bono a iniziative sociali. Anche alcune organizzazioni nonprofit che erogano servizi di contenuto sociale cominciano a vedere nella misurazione dell’Impatto non solo uno strumento per attrarre investimenti e donazioni ma anche un modo per monitorare e migliorare i propri risultati e per stabilire delle priorità tra i progetti da proporre per un finanziamento, in modo da affrontare e cercare di risolvere problemi reali della società.

Come si è visto in precedenza, la progressiva definizione del mercato della Finanza Sociale e la necessità/opportunità di fare emergere prassi e regole per la misurazione dell’Impatto Sociale, richiedono un approccio multistakeholder.

Questo è il modo in cui Fondazione Sodalitas intende contribuire, non come esperto, ma come facilitatore nel suo ruolo di ponte tra Profit, Nonprofit e Pubblica Amministrazione.

Per concludere questa parte, analizziamo i principali stakeholder coinvolti e il loro attuale atteggiamento prevalente nei confronti sia della necessità di rivedere la legislazione che riguarda le imprese sociali sia dell’opportunità di investire nella misurazione dell’Impatto Sociale.

Schematizzando, possiamo identificare tre gruppi o cluster di stakeholder:

- gli influenzatori del contesto.
- gli attori sociali, che intervengono sul campo, erogando o organizzando servizi di contenuto sociale: imprese sociali, cooperative sociali, ONP
- i finanziatori, siano essi investitori o filantropi.

3.1 Influenzatori del contesto

A livello globale è stata istituita nel giugno 2013 la G8 Task Force (oggi G7) con l’obiettivo di catalizzare lo sviluppo del mercato degli investimenti ad impatto sociale facendo convergere gli sforzi di funzionari pubblici, esponenti del mondo finanziario, del mondo degli affari e della filantropia nei 7 Paesi.

La Task Force ha presentato un rapporto generale nel settembre 2014, insieme a rapporti nazionali sviluppati dagli specifici gruppi di lavoro costituiti nei Paesi partecipanti. Il contributo italiano, codificato in 40 raccomandazioni, è stato guidato da Giovanna Melandri, presidente di Human Foundation. L’attività della Task Force continuerà per concludersi nel giugno 2015.

In questo ambito è stato creato anche un [International Impact Measurement Working Group](#). La posizione emersa è che la misurazione dell’impatto è una dimensione chiave dell’Impact Investing. Sono state

proposte e presentate delle Impact Measurement Guidelines, disponibili per gli investitori, ed utilizzabili in parallelo con i processi tradizionali di valutazione degli investimenti.

La UE nel 2011 ha emanato la Social Business Initiative, avente tra l'altro l'obiettivo di sviluppare un sistema standard di rendicontazione sociale. La Commissione ha anche istituito un gruppo di esperti chiamato GECES (Groupe d'Experts de la Commission sur l'Entrepreneuriat Social), di cui un sottogruppo si occupa di proporre un approccio alla misurazione dell'impatto sociale. La UE inoltre, con riferimento al Single Market Act, ha indicato che per le iniziative di contenuto sociale non è corretto differenziare la normativa nazionale e le possibili agevolazioni tra Profit e Nonprofit. Tutti gli operatori attivi sullo stesso mercato devono potersi confrontare ad armi pari; importante è invece definire in modo chiaro limiti e caratteristiche di questo mercato e le relative regole. La proposta legislativa attualmente in discussione in Italia intende uniformarsi a questa prospettiva europea.

Fondazione Sodalitas ha promosso dal 2013 Fatti&Effetti, un'iniziativa multistakeholder con l'obiettivo di favorire lo sviluppo della cultura e della pratica della misurazione dell'impatto sociale. Un importante riferimento è l'iniziativa inglese "Inspiring Impact <http://inspiringimpact.org/measuringup/>", promossa nel 2012 dal UK Cabinet Office, che unisce gli sforzi di soggetti diversi rappresentanti del mondo delle Fondazioni, del volontariato, del management nonprofit, di esperti del settore in un programma di prospettiva decennale. L'iniziativa italiana promossa da Fondazione Sodalitas, "Fatti ed Effetti", ha già effettuato numerosi seminari e incontri e promosso due convegni: il primo nel giugno 2013 *L'impatto sociale in scena*; il secondo, nel settembre 2014, *Qui comincia l'impatto sociale*. L'attenzione è a mantenere un saldo ancoraggio sia con il mondo accademico nazionale sia con le esperienze internazionali d'avanguardia. Un recente incontro del 23 gennaio 2015 ha messo a confronto diverse esperienze italiane di valutazione e misurazione di outcome o impatto sociale.

3.2 Attori sociali

Sotto la definizione di Attori sociali possiamo considerare in senso ampio tutte le organizzazioni, sia nonprofit che for profit, che perseguono un obiettivo sociale (nonprofit and profit with a social purpose enterprises); oltre naturalmente alle organizzazioni che sono parte della Pubblica Amministrazione.

Il settore degli attori sociali, per quanto riguarda l'area del Nonprofit, è prevalentemente scettico o tendenzialmente non favorevole sia alle innovazioni sulla legislazione delle imprese sociali, per timore di una commistione con l'area profit e di un indebolimento delle motivazioni valoriali degli operatori, sia alla tendenza verso una misurazione dell'impatto sociale, vista come un costo più che come un'opportunità.

Questo vale per le piccole e medie Organizzazioni Nonprofit (ONP) che attualmente operano tipicamente in convenzione con la PA locale. Le Organizzazioni Non Governative (ONG), operanti prevalentemente all'estero e che si sostengono con finanziamenti della Cooperazione Internazionale e con fund raising autonomi si sono strutturate per misurare l'outcome della loro attività per rispondere alle richieste dei bandi.

Le grandi ONP, sia le italiane che quelle internazionali operanti in Italia, hanno un'elevata visibilità e forte capacità autonoma di fund raising; dal momento che considerano la misurazione dell'impatto prevalentemente come uno strumento per attrarre finanziatori e donatori, cominciano solo recentemente ad avvertirne il valore.

I grandi Consorzi di cooperative, di varia matrice, pur operando con modalità assimilabili all'impresa sociale, hanno negli ultimi anni affievolito lo slancio innovatore e mantengono una posizione attendista.

Infine gli opinion leader e l'accademia, pur con diversa gradualità, esprimono due punti di vista: alcuni sono preoccupati che i confini tra profit e nonprofit possano diventare evanescenti attraverso una revisione delle norme sulle imprese sociali, provocando un inquinamento con possibili derive speculative. Altri vedono la misurazione dell'impatto come troppo onerosa o poco realizzabile in modo credibile e pertinente; questi ultimi spingono verso un'impresa sociale che sia una impresa low-profit e che si attivi nella misurazione dell'impatto nella misura in cui lo richiedono i finanziatori.

Diverso l'atteggiamento di chi opera già nel sociale con organizzazioni profit e che chiaramente attende le modifiche proposte alla normativa per potersi confrontare ad armi pari con le ONP. Essendo già aperti a forme di finanziamento che includono l'assunzione di partecipazioni in equity, considerano la misurazione dell'impatto come uno strumento potenzialmente oneroso ma utile.

Analogo punto di vista favorevole viene espresso da chi inizia ad operare nel sociale attraverso start-up e, a causa della normativa vigente, ha scelto sinora la forma societaria profit (tipicamente Srl) anziché quella dell'Impresa Sociale nella versione ancora attualmente vigente.

3.3 Finanziatori

Il settore dei finanziatori, con varie articolazioni, è favorevole sia alle modifiche normative per l'impresa sociale, che agevolerebbero le prese di partecipazione, sia alla misurazione dell'impatto, anche se con cautele relative al potenziale costo e complessità.

Gli investitori istituzionali (fondi pensione, fondi di investimento) ed i gestori di patrimoni, come si è visto, puntano ad indicatori il più possibile semplici, per valutare non tanto i progetti quanto le organizzazioni.

Vedono quindi la misurazione dell'impatto come troppo onerosa e specifica, preferendo indicatori più semplici, tipo ESG (Environment, Social, Governance) per favorire il ranking di organizzazioni su cui scegliere di investire, all'interno di nuove Asset class con riferimento a attività di tipo sociale.

Le fondazioni, tipicamente quelle bancarie, sono favorevoli allo sviluppo di criteri per la misurazione dell'impatto anche se, privilegiando criteri rigorosi come il contro fattuale, ne vedono i limiti di affidabilità e la complessità applicativa.

Fondi sociali, già operanti in vari paesi europei, e Fondi di Fondi Sociali, recentemente introdotti a livello UE, stanno affrontando il tema della misurabilità dell'impatto sociale.

3.4 La finanza sociale: sintesi dei principali attori e stakeholder

La figura esposta di seguito schematizza gli stakeholder della finanza sociale sia dal lato dell'offerta (i finanziatori e i donatori) che dal lato della domanda (gli attori sociali) oltre che evidenziare gli influenza tori del contesto:



Per finire, si può concludere che il panorama dell'Impatto Sociale continua a mostrarsi piuttosto complesso e a muoversi su diversi binari. La fiducia è che esperienze positive, il concorso di molteplici e differenziate intelligenze e interessi possano convergere in uno sviluppo che amplii in modo sostanziale le risorse disponibili per affrontare con efficacia le questioni sociali più urgenti.

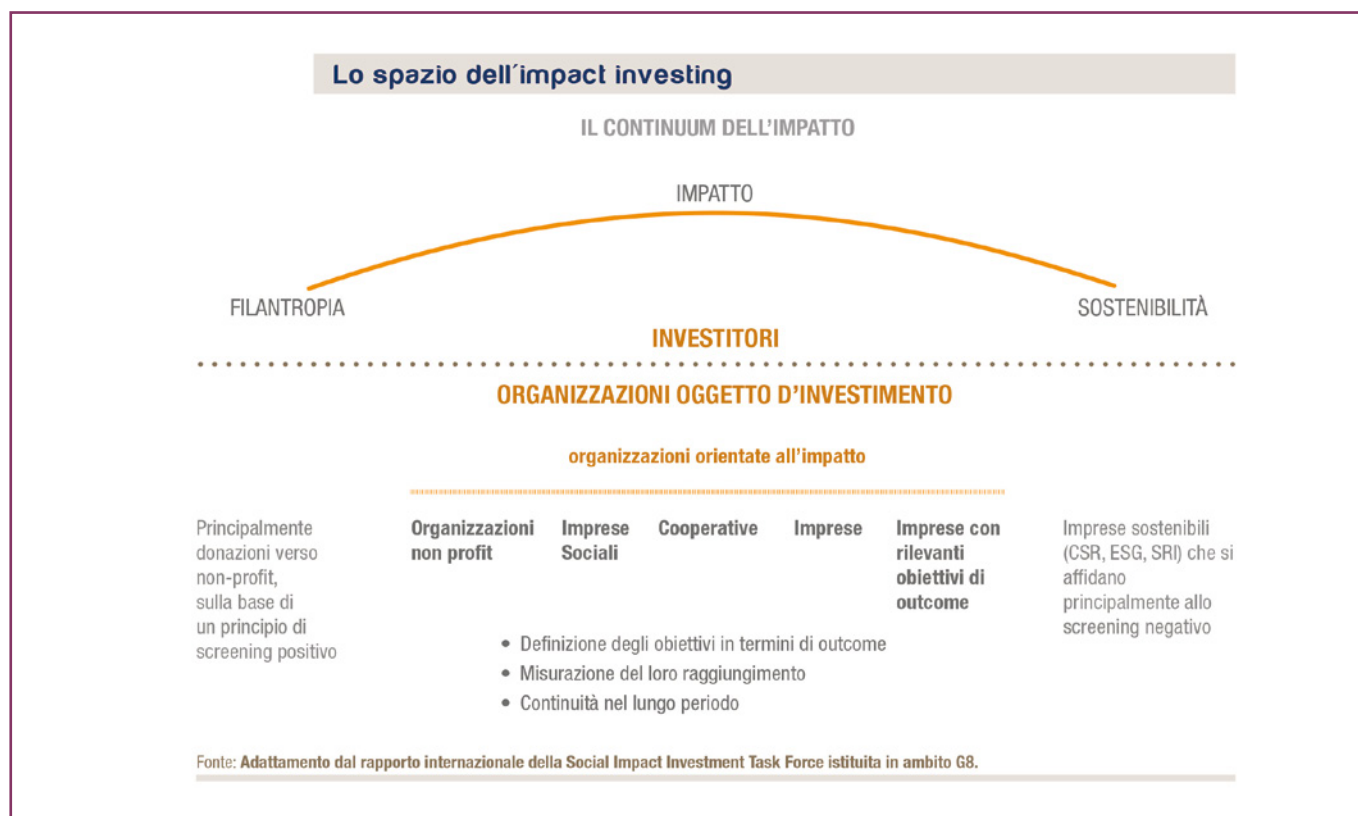
4. INVESTIMENTI AD IMPATTO SOCIALE: L'INVESTMENT SPECTRUM

4.1 Investimenti ad impatto sociale: definizione e perimetro

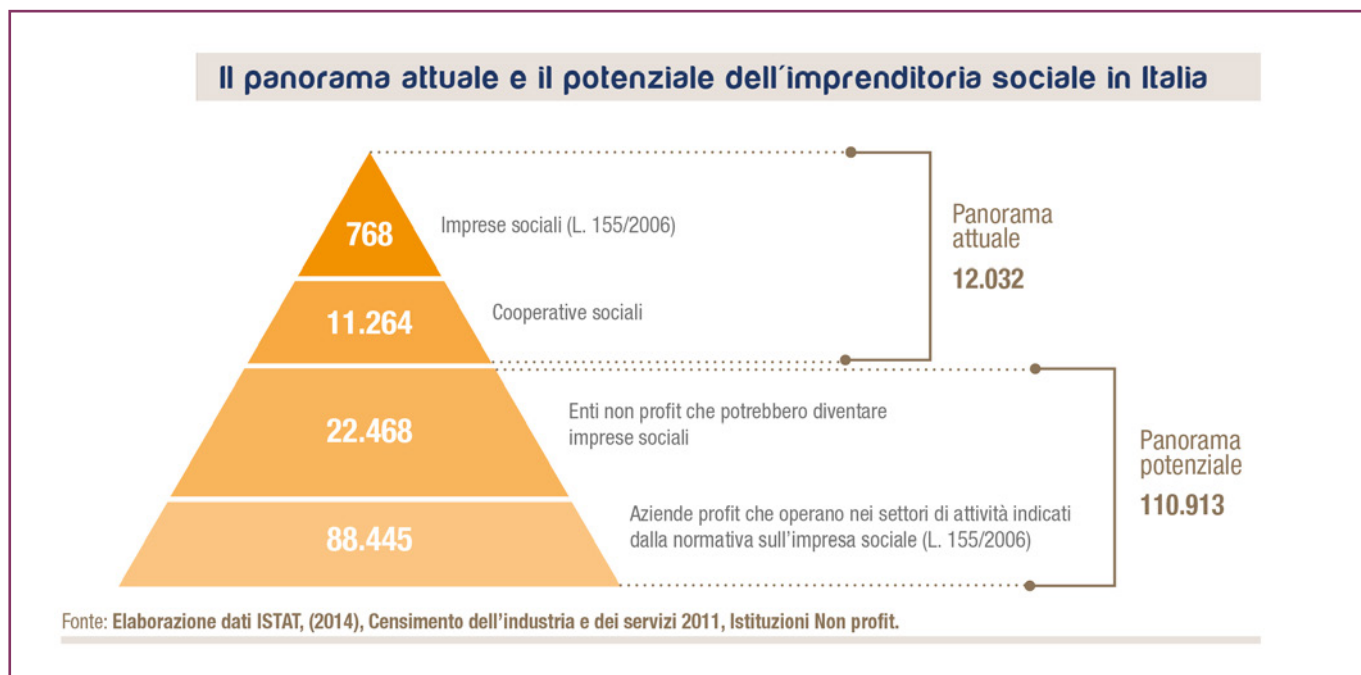
“Con l'espressione ‘finanza ad impatto sociale’ ci si intende riferire a quella finanza che sostiene investimenti legati ad obiettivi sociali misurabili in grado, allo stesso tempo, di generare un ritorno economico per gli investitori. Nel connubio tra obiettivo sociale e ritorno economico, e nella qualificazione del relativo tradeoff, si rintraccia, pertanto, la specificità di questo nuovo segmento di business.

La finanza ad impatto sociale si genera dall'**intenzionalità** di collocare attivamente risorse finanziarie in progetti, imprese e fondi di investimento che generano benefici sociali – compatibili con il **rendimento economico** da assicurare all'investitore. Nella finanza ad impatto sociale, il driver è costituito dall'**obiettivo sociale** mentre le architetture finanziarie sono implementate al fine di rendere quell'obiettivo sostenibile e remunerativo” (Rapporto italiano al G7, settembre 2014).

Il diverso grado di equilibrio tra le tre componenti che la caratterizzano (**impatto sociale**, livello di **rendimento** e livello di **rischio** in capo all'investitore) può essere rappresentato dalla seguente figura ai cui estremi si trovano le donazioni a fondo perduto e la gestione degli investimenti socialmente responsabili.



Fra i due estremi operano “imprese sociali”, cioè sia organizzazioni nonprofit che for profit che perseguono obiettivi di impatto misurabili in una logica di continuità nel tempo e, quindi, con obiettivi di ritorno economico adeguati per la loro sostenibilità. Sono imprese sociali in senso lato sia quelle già oggi operanti (le imprese sociali ex lege 155/2006 e le cooperative sociali) che quelle potenzialmente in grado di diventarlo soprattutto alla luce dell'evoluzione normativa in corso e della quale si dà conto nel capitolo relativo ai Social Impact Fund. Il Rapporto al G7 ne dà conto nella seguente figura che rappresenta il panorama attuale e potenziale dell'imprenditoria sociale in Italia:



Ricordiamo, infine, il concetto di Impact Investing secondo la definizione data da GIIN (Global Impact Investing Network):

“Investimenti in imprese, organizzazioni, fondi, fatti con l'intenzione di generare un impatto sociale e ambientale misurabile insieme a un ritorno finanziario”.

In essenza, si coniuga l'impatto sociale con il ritorno finanziario, superando la distinzione netta fra profit e nonprofit.

Altre due parole chiave caratterizzano la definizione:

- ‘intenzione’: una impresa sociale ha un vero impatto se produce dei risultati sociali che non sarebbero stati raggiunti altrimenti
- ‘misurazione’: è di fondamentale importanza e nello stesso tempo di particolare complessità, perché il valore sociale non è sempre un dato oggettivo.

“Se non è possibile dimostrare l'esistenza di questo impatto, l'intero concetto di impact investing resta opinabile. Infatti, la persistente mancanza di standard di misurazione dell'impatto universalmente applicabili e accettati viene ripetutamente citata come una delle principali problematiche relative all'impact investing.

A tale scopo, gli sforzi compiuti direttamente e indirettamente a sostegno del settore dell'impact investing sono stati volti ad ottenere una maggiore trasparenza attraverso la creazione di pochi sistemi di misurazione di riferimento importanti”¹

Il tema della misurazione è trattato in specifico capitolo.

4.2 Investment Spectrum

In questo paragrafo si intende rappresentare lo ‘spettro degli investimenti’ con una articolazione più spinta delle modalità con cui operano i vari ‘attori sociali’ e le diverse fonti da cui traggono le risorse per il loro finanziamento secondo la classificazione originariamente impostata da John Kingston di Charities Aid Foundation.

¹ Tratto da Working papers vol. 4 di Fondazione Cariplo.

Nella rappresentazione che segue, più aderente alla realtà anglosassone, sono declinate le diverse modalità di 'investimento', secondo diverse gradazioni di sostenibilità, da quelle in cui il driver è la creazione esclusiva di 'valore sociale' a quelle in cui il motore è la creazione del solo 'valore finanziario'. Lo schema ha il pregio di sintetizzare il tipo di 'imprese' finanziate, le modalità del loro finanziamento e la loro *mission* anche se, nella realtà italiana, può apparire come troppo proiettato nel futuro, auspicabile per alcuni e sgradito ad altri.

Si può notare che la destinazione dei fondi può essere indirizzata verso *Social Purpose Organisations* sia quelle tradizionali del settore Nonprofit, ONG o Charities (il primo blocco, a sinistra nella figura) che verso Imprese Sociali in senso lato (il secondo blocco, quello più centrale). Il tratto rilevante non è la connotazione giuridica dell'organizzazione bensì lo scopo che persegue.

Nel primo blocco, le *Charities*, la mission è *Impact only* ed il funding avviene sia tramite Donations e Grants (= donazioni a fondo perduto ma vincolate ad una destinazione) che attraverso Ricavi da attività (sono la maggioranza come ha rilevato il recente Censimento in Italia).

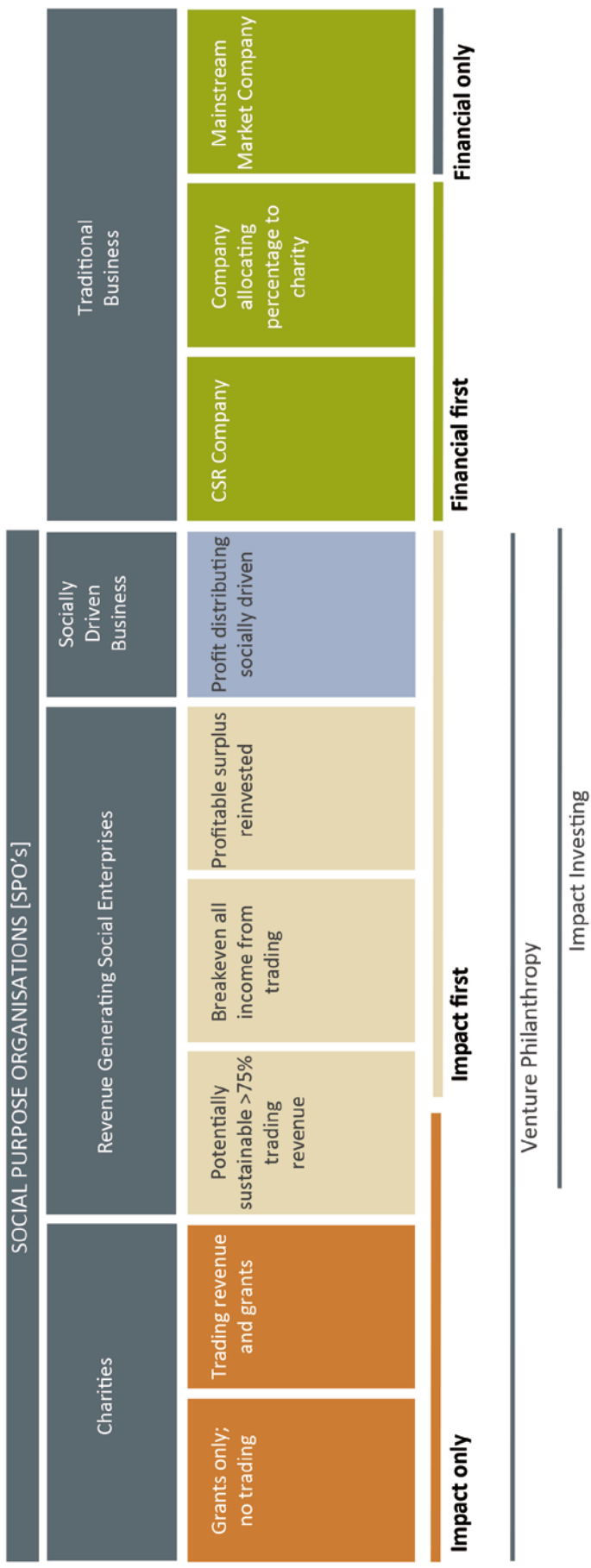
Nel secondo blocco, le *Imprese Sociali*, la mission è *Impact first* nel senso che il perseguimento dell'impatto sociale è l'obiettivo fondamentale pur in presenza di una sostenibilità economica ottenuta tramite i ricavi dell'attività. Si parla in questo caso di *Impact Investing* dato che si riesce a coniugare l'impatto sociale con la restituzione del capitale (in misura preponderante o integrale o con un rendimento che può essere in parte distribuito). Il funding avviene, oltre che tramite 'donations' e 'grants', attraverso 'venture philanthropy' e tutti gli strumenti di *Social Finance* che sono l'oggetto della presente pubblicazione.

Nel blocco sulla destra della figura, le risorse sono indirizzate verso i Business tradizionali in cui la mission può essere *Financial first* (come nel caso delle imprese attente alla sostenibilità - CSR Company) in cui l'investitore cerca di ottimizzare il ritorno finanziario pur perseguendo un certo livello minimo di impatto sociale, oppure *Financial only*.

Primary driver is to create financial value

Organizations can create 'blended' social and financial value

Primary driver is to create social value



4.3 La dimensione dell'Impact investing

L'*impact investing* ha stimolato l'interesse della comunità finanziaria, sia delle istituzioni storicamente connesse al settore sociale (fondazioni e filantropi) sia quelle tradizionalmente operanti nei mercati azionari e obbligazionari.

Le prime puntano ad ampliare la portata dell'impatto che potrebbe potenzialmente essere generato oltre che ad una diversificazione dell'allocazione dei fondi. Le seconde sono forse più volte a cercare nuove nicchie di mercato in grado di assicurare un ritorno finanziario o dove trovare opportunità di diversificazione.

J.P. Morgan e Global Impact Investing Network (GIIN) hanno cercato di identificare questi impact investors (investitori ad impatto). Nella loro terza survey (gennaio 2013) hanno raggiunto 99 investitori, che hanno stanziato, a partire dalla loro nascita, 36 miliardi di dollari per investimenti ad impatto (incluso il microcredito); di questi 8 sono stati stanziati per il 2012 e 9 sono l'obiettivo del 2013. Comunque un fenomeno di nicchia, anche in prospettiva 2020 in cui si stimano investimenti fino a 1.000 miliardi di dollari, da confrontarsi con la previsione delle masse gestite globalmente di 900.000 miliardi di dollari (Martin, 2014).

Questa indagine rappresenta un primo tentativo di analizzare questo tipo di mercato: la maggior parte degli intervistati si trova in Nord America, sono principalmente gestori di fondi che investono direttamente nelle imprese attraverso azioni e/o obbligazioni. I principali settori nei quali investono sono: prodotti alimentari ed agricoltura, sanità, servizi finanziari, istruzione, settore abitativo, energia, acqua e servizi igienico-sanitari, e gli investimenti si riscontrano sia nei Paesi emergenti che nei mercati sviluppati.

In Italia, come si legge nel rapporto al G7, il mercato dell'impact investing è ancora in fase di primo sviluppo e rappresenta una piccola nicchia; risulta complesso, pertanto, quantificarne esattamente la portata.

In analogia con la dinamica di crescita del mercato Social Responsibility Investment (SRI) in alcuni contesti avanzati, si può ipotizzare in via prudenziale che l'impact investing in Italia possa crescere fino a rappresentare, nel 2020, almeno l'1% degli attivi gestiti sul mercato dei capitali al terzo trimestre del 2013 valutati circa 2,89 trilioni di euro: si stima dunque un mercato degli investimenti ad impatto sociale in Italia del valore di circa € 30 miliardi in proiezione 2020 (Rapporto italiano al G7).

È opinione comune che l'afflusso di risorse verso l'Impact Investing sia destinato a crescere. In particolare, uno studioso (Martin, 2014) individua i seguenti quattro megatrend che stanno trasformando il mondo in cui le imprese, i governi e la società civile creano valore e finanziano il bene comune:

- *la consistente domanda inespressa alla "base della piramide"*: la base della piramide è costituita da 4 miliardi di persone il cui reddito annuo, misurato in potere di acquisto locale, è al di sotto dei 3.000 USD. Il segmento decollerà non appena i consumatori e i produttori alla base della piramide si affacceranno sul mercato che già rappresenta un'economia del valore di 5.000 miliardi di USD
- *la necessità di un forte incremento di efficienza nell'utilizzo delle risorse e nella crescita verde*: l'economia verde ha come effetto un miglior benessere per l'uomo e una maggiore equità sociale; inoltre, riduce in misura significativa i rischi ambientali e le problematiche energetiche. Solo per gli investimenti in energie rinnovabili, si prevede una crescita significativa, di oltre il doppio, da 115 miliardi di USD nel 2008 a 325 miliardi di USD nel 2018
- *la ristrutturazione dello Stato sociale per incrementare l'efficienza*: lo Stato sociale ha necessità di essere ripensato dal momento che parte della spesa pubblica è strutturalmente più elevata dei ricavi; una vasta quota di spesa pubblica riguarda l'istruzione, la salute e le prestazioni assistenziali. Cambiamenti fondamentali nel modo in cui si concepisce il bene comune sfoceranno in opportunità per il settore privato, ad esempio, nel 2020, il 20% della popolazione avrà più di 65 anni
- *il consolidamento del segmento LOHAS, "Lifestyles of Health and Sustainability"*, uno stile di vita all'insegna della salute e del rispetto per l'ambiente: i consumatori LOHAS sono disponibili a spendere di più in prodotti progettati per essere compatibili con l'ambiente, sostenibili, socialmente responsabili, e migliori sia per le persone che per il pianeta. I consumi LOHAS sono già pari a 300 miliardi di USD nel solo mercato degli Stati Uniti e sono in rapida crescita

Nel Rapporto italiano al G7, si sottolineano in particolare due elementi propulsori, l'innovazione tecnologica e la prevenzione.

“In estrema sintesi, questo rapporto muove dall'ipotesi che il gap tra finanza pubblica e bisogni, anche in proiezione futura, non vada fatto coincidere, sic et simpliciter, con il mercato potenziale per l'impact finance, ma rappresenti invece la quantificazione dei miglioramenti di efficienza ed efficacia che la nuova imprenditorialità sociale, sostenuta da capitali della finanza ad impatto sociale, è chiamata a realizzare.

Ciò detto, è evidente che una diversa prospettiva, che identifica nella necessità di colmare il divario tra bisogni e risorse la determinante prima dello sviluppo dell'impact finance, ha un fondamento concreto e non è implausibile che la finanza d'impatto, nei fatti, finisca per supplire a risorse pubbliche o filantropiche destinate a diventare più scarse.

Qualunque sia la prospettiva, la stima della spesa pubblica per la copertura dei bisogni di welfare rappresenta comunque un punto di riferimento importante per determinare gli obiettivi, di efficienza o di supplenza, dell'offerta di impact finance e di conseguenza, una stima del mercato potenziale”.

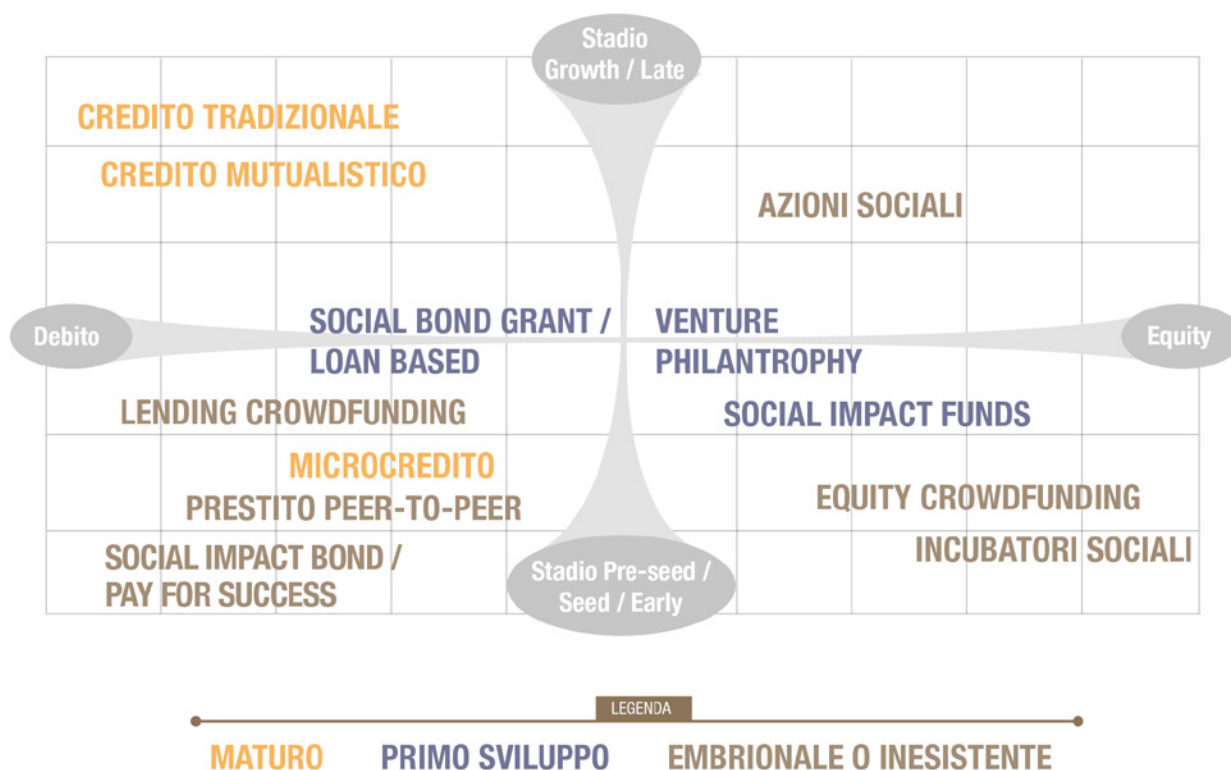
4.4 Il funding dell'Impact Investing: gli strumenti di Social Finance trattati

Oggetto specifico della presente pubblicazione sono i seguenti strumenti di Social Finance sia dal lato dell'equity che di quello del debito, siano essi già esistenti e noti in Italia oppure tratti da esperienze estere allo 'stato nascente' o non ancora introdotti in Italia:

- Social Impact Investing
- Social Impact Bond
- Social Bond
- Mini Bond
- Crowdfunding e Social Lending
- Microcredito
- Finanziamenti bancari per il Terzo Settore
- Finanziamenti tradizionali per progetti (tramite 'bandi')

La seguente immagine, tratta dal Report italiano al G7, illustra sinteticamente i vari strumenti, nel loro differente grado di sviluppo, sia lato equity che debito.

Gli strumenti dell'impact investing in Italia



Fonte: Elaborazione del Gruppo di lavoro "Attrazione di capitali".

L'equity rappresenta una partecipazione al capitale dell'azienda/impresa sociale in cui si investe. Al contrario il bond, titolo obbligazionario, rappresenta un credito nei confronti di quella società/impresa sociale.

I diritti dell'investitore in conto capitale - equity, sono più ampi avendo la possibilità di determinare, o partecipare, alla definizione della strategia aziendale ed alla sua attuazione, di nominare gli organi di amministrazione e di controllo: l'investitore in conto capitale è remunerato, in presenza di profitti/avanzi di gestione, in forma 'variabile' sulla base della decisione annuale dell'organo di governo. La misura di questo 'dividendo' può essere limitata ad un certo livello (*cap*) a norma di statuto o di legge, come nel caso delle Cooperative o delle Community Interest Company in UK.

Al contrario, la remunerazione del creditore, è predeterminata in un certo livello di 'interesse' (tasso fisso o variabile) così come predeterminata è la modalità e la scadenza entro la quale il capitale prestato deve essere restituito. Anche dal punto di vista del rischio le differenze sono significative: in caso di fallimento dell'azienda, prima viene soddisfatto il creditore, secondo una gerarchia dettata dalle forme di garanzia che lo supportano, e solo alla fine, se c'è capienza, viene restituito il capitale al 'socio', al prestatore in conto equity.

In via generale, l'equity è la forma più adatta nel caso di imprese in cui la volatilità del cash flow generato è elevata e quando il 'punto di equilibrio' è lontano nel tempo e non ben definibile: i cosiddetti 'capitali pazienti'. La teoria e la pratica finanziaria hanno comunque elaborato anche strumenti di finanziamento a medio/lungo termine che sono forme 'ibride' fra equity e debt: ad esempio, il *mezzanino* in cui la remunerazione può essere legata ad un parametro di attività (una % dei ricavi) e la restituzione dilazionata nel tempo.

5. MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE

5.1 L'impatto sociale: un radicale cambiamento di prospettiva

Come si è visto in premessa, due sono i macrofenomeni con cui i sistemi di supporto e intervento nel sociale devono oggi confrontarsi: la riduzione delle risorse disponibili a causa della crisi e l'aumento dei bisogni legato soprattutto all'invecchiamento della popolazione e all'aumento delle aspettative di vita.

In questo contesto, è sempre più necessario che le risorse disponibili siano investite per affrontare e, nei limiti del possibile, risolvere problemi sociali rilevanti e bene identificati, e che si intervenga non solo con efficienza ma, soprattutto, con efficacia: affrontando le cause dei problemi e non limitandosi ad alleviarne i sintomi.

Lo spostamento di focus nell'affrontare un problema sociale - dal considerare innanzitutto ciò che si fa e come lo si fa al mettere in primo piano i risultati e i cambiamenti che effettivamente si generano - rappresenta un vero e proprio salto di paradigma. Nella prospettiva dell'impatto, il fare del bene e il farlo bene devono confrontarsi continuamente con la rilevanza e l'effettività delle soluzioni direttamente attribuibili a quel nostro ben fare e ai benefici percepiti direttamente dai destinatari dell'intervento. Ciò che cambia - e non è piccola cosa - è il punto di attenzione: il criterio prevalente per l'attribuzione di valore non sono le risorse investite bensì la consistenza e la dimostrabilità dei risultati di cui processi operativi, obiettivi dichiarati e buone intenzioni devono dar prova di operare a supporto. Si tratta di un vero e proprio rovesciamento di prospettiva. La sollecitazione è a progettare a partire dal risultato che si desidera ottenere - e un risultato non disegnato a setticamente a tavolino, ma da concordare e condividere con i destinatari - e non dalle risorse disponibili che possono essere impiegate per raggiungerlo. Si progetta e si definiscono le necessità a partire dall'esito finale che si intende ottenere. Una specie di "ingegneria inversa" del nostro modo abituale di progettare.

Qualcosa di analogo - come può ben ricordare chi ha avuto modo di sperimentarlo - si è verificato agli inizi degli anni '80 con l'avvio del Movimento per la Qualità Totale. In un contesto in cui egemone nell'economia era la produzione industriale (così come lo sono oggi i servizi), la competitività delle imprese si misurava nella qualità dei prodotti: prodotti funzionanti secondo le specifiche, prodotti senza difetti. Per assicurare questo risultato, al termine delle linee di montaggio, erano predisposte apposite linee di test, di controllo e verifica e messi in atto interventi riparativi per assicurarsi con la massima attenzione di scartare i prodotti che potessero presentare dei malfunzionamenti o delle potenziali fragilità e avviare alla consegna solo quelli perfettamente e affidabilmente funzionanti. Fu l'industria giapponese per prima a spostare il focus: scoprendo che non era tanto importante identificare il difetto a prodotto finito, prima dell'imballaggio e della spedizione, quanto piuttosto evitare che l'errore si generasse nel corso del ciclo produttivo. Il difetto diventava così l'occasione per andare a rintracciarne e a eliminarne le cause a monte, in modo sistematico. Si poteva addirittura pensare che fosse del tutto possibile e logico porsi l'obiettivo *zero difetti*: riscontrare stabilmente prodotti perfettamente funzionanti. L'approccio adottato è stato, quindi, risalire a monte per ottenere un risultato a valle, ma anche - è questo è stato un altro cambiamento fondamentale - coinvolgere a monte, già nelle fasi di progettazione e pianificazione, gli operatori (potremmo chiamarli gli stakeholder) che conoscevano i modi d'uso e i comportamenti del prodotto nelle fasi successive (accanto alla progettazione, la produzione, il marketing, la vendita, i servizi post vendita, la manutenzione e gli stessi clienti finali). Questo salto di paradigma attribuì per un decennio un assoluto primato all'industria giapponese e imprese una forte e affannosa rincorsa imitativa negli altri contesti industriali rappresentando un cambio di prospettiva da allora non più messo in discussione, ma acquisito, formalizzato e stabilizzato.

Nel caso dell'impatto sociale, analogamente, si tratta di analizzare, prima, la situazione sociale che fa difficoltà e problema, e di prospettare e descrivere, poi, la nuova e diversa situazione che s'intende attuare con il proprio intervento: quali cambiamenti nella vita delle persone desideriamo generare e verificare? Questi cambiamenti rappresentano effettivamente una possibile soluzione del problema che intendiamo affrontare? Qual è il punto di vista dei beneficiari? Condividono gli obiettivi che stiamo proponendo?

5.2 La Teoria del Cambiamento

Definiti con rigore gli obiettivi che ci si propone di raggiungere, c'è da chiedersi se gli interventi che intendiamo porre in atto siano adeguati; e identificare indicatori per poter misurare gli effetti dell'intervento non solo a conclusione, ma anche nelle fasi intermedie per poter correggere il tiro. E, poi, decidere come procedere, con quali strumenti e con quali azioni e risultati intermedi. Costruendo, sul problema sociale rilevante, una "Teoria del Cambiamento" (*Theory of Change*), un modello d'intervento che, a partire dal problema da affrontare, rappresenti che cosa si vuole ottenere, quali siano i vari passi per ottenerlo, quali i misuratori dei risultati intermedi e del risultato finale.

Anche qui, nel disegno dei progetti sociali nella prospettiva dell'Impatto Sociale - così come nella progettazione dei prodotti in quella della Qualità Totale - il modo di procedere è rovesciato: non più dalle risorse agli interventi, ma piuttosto, dai problemi alle soluzioni e da queste agli interventi con la messa in campo delle risorse necessarie. Non perché ci si figuri un mondo di risorse illimitate, ma perché chi si propone di assumere la responsabilità di intervenire utilmente e risolutivamente è anche responsabile di individuare e di assicurare che vengano messe in campo le risorse che servono e di impiegarle nel modo opportuno e finalizzato.

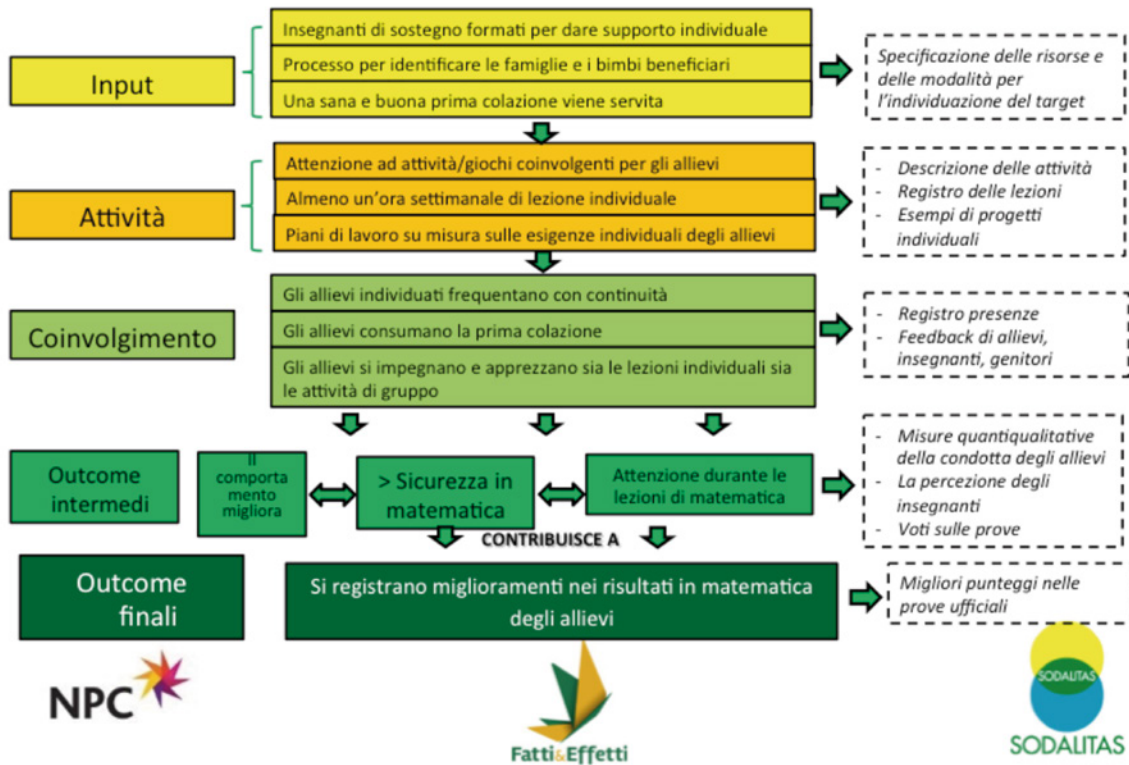
Un approccio di questo tipo aiuta e permette un focus sulla "responsabilità" nella decisione sulle priorità e sulle modalità di intervento; e una "rendicontazione" trasparente e su obiettivi condivisi.

Di seguito, alcuni esempi di Teoria del Cambiamento - TDC - e di diversi modi di rappresentarla graficamente.²

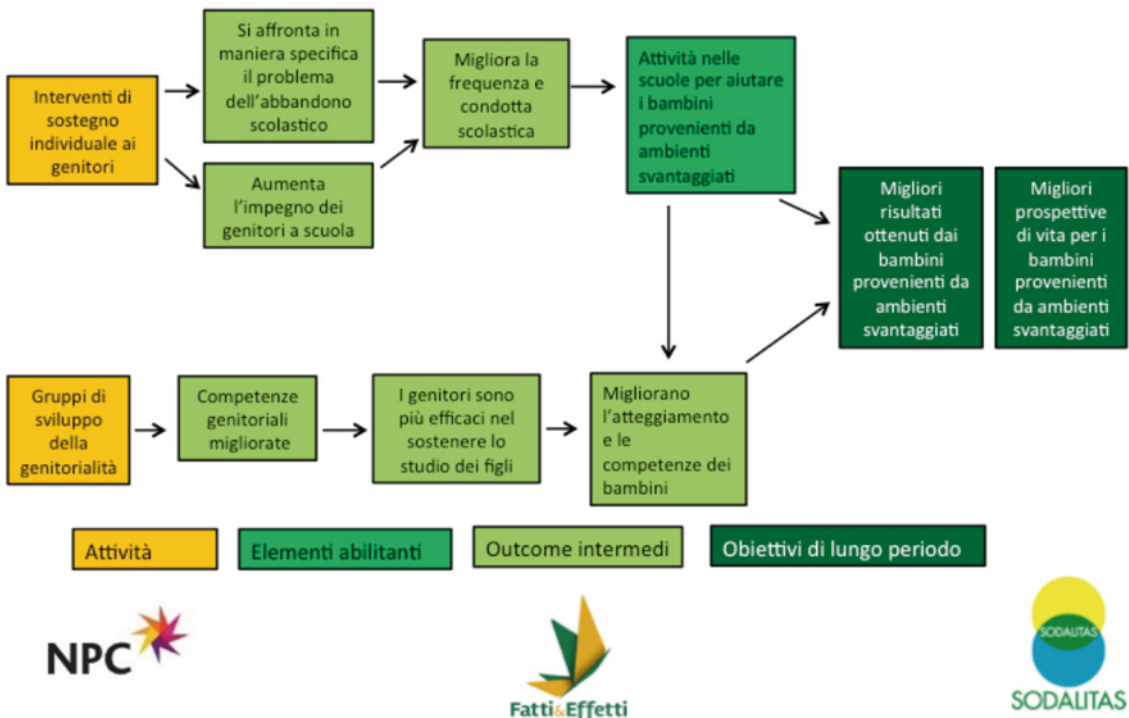


² In ogni caso, comunque la si rappresenti, la Teoria del Cambiamento va accompagnata da un testo che la descriva e che qui, per brevità, non viene riportato

IL MODELLO LOGICO – IL CASO DEL CLUB DELLA PRIMA COLAZIONE



LA CATENA DELL'OUTCOME. IL CASO: ONP A SUPPORTO DELLA GENITORIALITÀ



Alcune semplici domande per impostare la Teoria del Cambiamento della nostra attività

- Che cos'è questo progetto? E, noi che cosa ci stiamo a fare?
 - Dove?
 - Per chi?
 - Perché? Con quale scopo? Per ottenere che cosa?
- Come operiamo? Qual è il nostro processo "produttivo"?_ la nostra "production chain"?
- Come facciamo a sapere se ci stiamo riuscendo?

(Hunter, 2014)

Come cominciare a disegnare una Teoria del Cambiamento

- Cominciare dal bisogno che si cerca di affrontare e quindi dal traguardo che s'intende raggiungere
- Procedere a ritroso dal traguardo finale agli outcome intermedi che si devono manifestare lungo il percorso
- Specificare come le attività e gli interventi messi in atto possano generare questi outcome
- Riflettere su qual è il fattore critico di successo degli interventi
- Fondare le ipotesi sulle evidenze disponibili

Quando misurare l'impatto sociale dei nostri programmi risulta effettivamente utile?

- Quando siamo abbastanza tranquilli e confidenti in ciò che facciamo, ma vogliamo impegnarci a migliorare raggiungendo un'efficacia ancora maggiore. Abbiamo, cioè, capito bene come lavoriamo e padroneggiamo il processo attraverso il quale otteniamo i risultati - la nostra production chain - avendola messa a punto attraverso una serie di verifiche sul campo
- Per persuadere e convincere i nostri utenti e/o i nostri finanziatori sulla qualità dei nostri risultati

Quando, invece, è inutile misurare?

- Quando non sappiamo che cosa farcene per migliorare il nostro modo di lavorare.
- Quando desideriamo semplicemente mostrarci moderni e aggiornati (una motivazione debole e di breve periodo)
- Quando lo facciamo per adeguarci ad una richiesta esterna che subiamo come un inutile carico aggiuntivo.

5.3 Glossario minimo

- **Input:** i contributi e le risorse messe in campo per la realizzazione dell'attività/progetto.
- **Output:** le attività realizzate e i loro risultati immediati.
- **Outcome:** gli effetti dell'intervento/il cambiamento generato sui diretti destinatari.
- **Impatto:** il cambiamento direttamente attribuibile ad un intervento (azione, programma, servizio) cioè l'outcome "depurato" da ciò che sarebbe successo senza l'intervento. Anche, in modo più esteso, gli effetti generati dall'attività/progetto sul tessuto sociale e sul benessere delle persone e delle comunità. Sia outcome che impatto si riferiscono a cambiamenti che, dal punto di vista degli stakeholder, possono essere: non pianificati (inattesi) o pianificati (attesi); positivi o negativi.
- **Monitoraggio:** la raccolta sistematica di dati e d'informazioni che consente di tenere sotto controllo il procedere dell'attività rispetto a quanto pianificato e di fornire elementi di valutazione.
- **Theory of Change/ Teoria del Cambiamento TdC:** una descrizione specifica e articolata della sequenza

di attività programmate per realizzare un cambiamento sociale. La TdC identifica con chiarezza i risultati che s'intende conseguire e come; mette in evidenza perché sia importante raggiungere outcome intermedi; fornisce gli elementi di base e la struttura per identificare le evidenze che possono essere misurate. Far ricorso alla Teoria del Cambiamento ci mette in grado di utilizzare i risultati delle misurazioni fatte per modificare il nostro modo di operare e di organizzare la nostra attività.

- **Valutazione:** l'utilizzo delle informazioni del monitoraggio e di altre fonti per identificare e interpretare i risultati ottenuti da un'organizzazione o l'impatto dei suoi interventi.
- **Valutazione d'impatto:** l'insieme delle operazioni e delle modalità attraverso cui un'organizzazione arriva ad identificare il cambiamento generato dalla sua attività specifica.

5.4 Perché (e per chi) misurare l'impatto sociale

La misurazione dell'impatto sociale ha diverse finalità e quindi diversi "utenti":

- prima di tutto la Pubblica Amministrazione, per decidere le priorità nelle aree d'intervento;
- le organizzazioni ed imprese sociali, per progettare e migliorare i propri processi operativi e quindi essere più "competitive" sul mercato sia delle Convenzioni che dell'offerta a privati e a imprese;
- i finanziatori e investitori istituzionali per orientare gli investimenti e poter rassicurare i propri clienti sul reale impatto sociale degli interventi;
- i filantropi, che sempre più si orientano a passare da elargizioni a fondo perduto verso un maggior coinvolgimento nell'utilizzo appropriato dei fondi e nei risultati da conseguire.

Il massimo del valore dalla misurazione dell'impatto sociale lo si realizza se tutte le prospettive sopra elencate vengono tenute presenti, anche se, secondo le circostanze, qualcuna sarà prevalente. In ogni caso, è distorsivo se la misurazione viene realizzata solo perché è un prerequisito per ottenere un finanziamento o un incarico e non anche perché l'impresa sociale cerca così facendo di migliorare i propri processi operativi e la propria capacità di risolvere in modo duraturo problemi sociali reali.

La scelta di che cosa e come misurare è una scelta strategica: non si tratta di misurare tutto, ma di individuare ciò che è effettivamente rilevante e pertinente e da cui possono discendere decisioni significative. La misurazione richiede discernimento e attenzione. E confronto con chi opera in aree simili o limitrofe. È un terreno di apprendimento che procederà con la pratica.

Ovviamente la misurazione dell'impatto sociale ha un costo, che deve essere proporzionato alla rilevanza del problema sociale da risolvere, alla sua "scalabilità" (cioè replicabilità su più contesti), alla dimensione del progetto, alla sua innovatività.

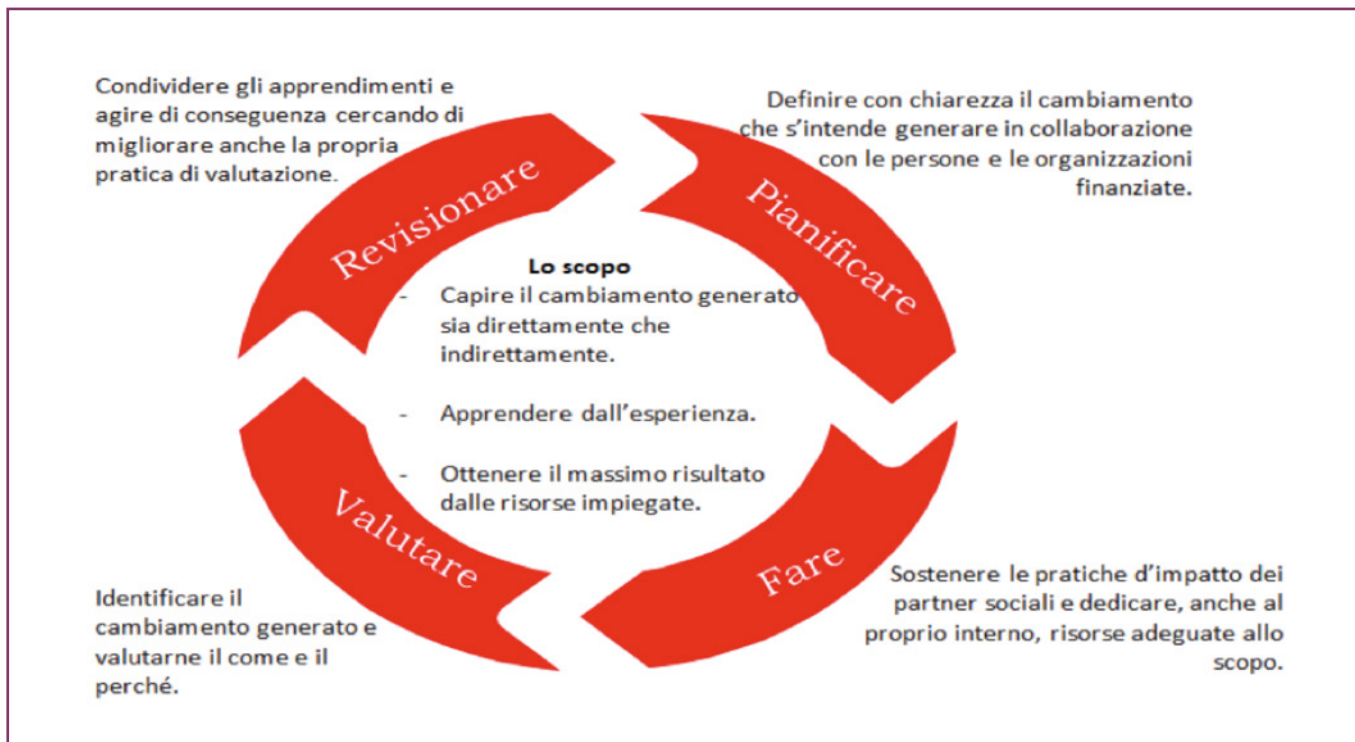
E ci sono rischi evidenti da evitare: l'eccessiva moltiplicazione degli indicatori. Per questo, è fondamentale avere chiaro perché si misura e che cosa ne intendiamo fare.

5.5 Il ciclo dell'applicazione pratica della misurazione dell'impatto sociale

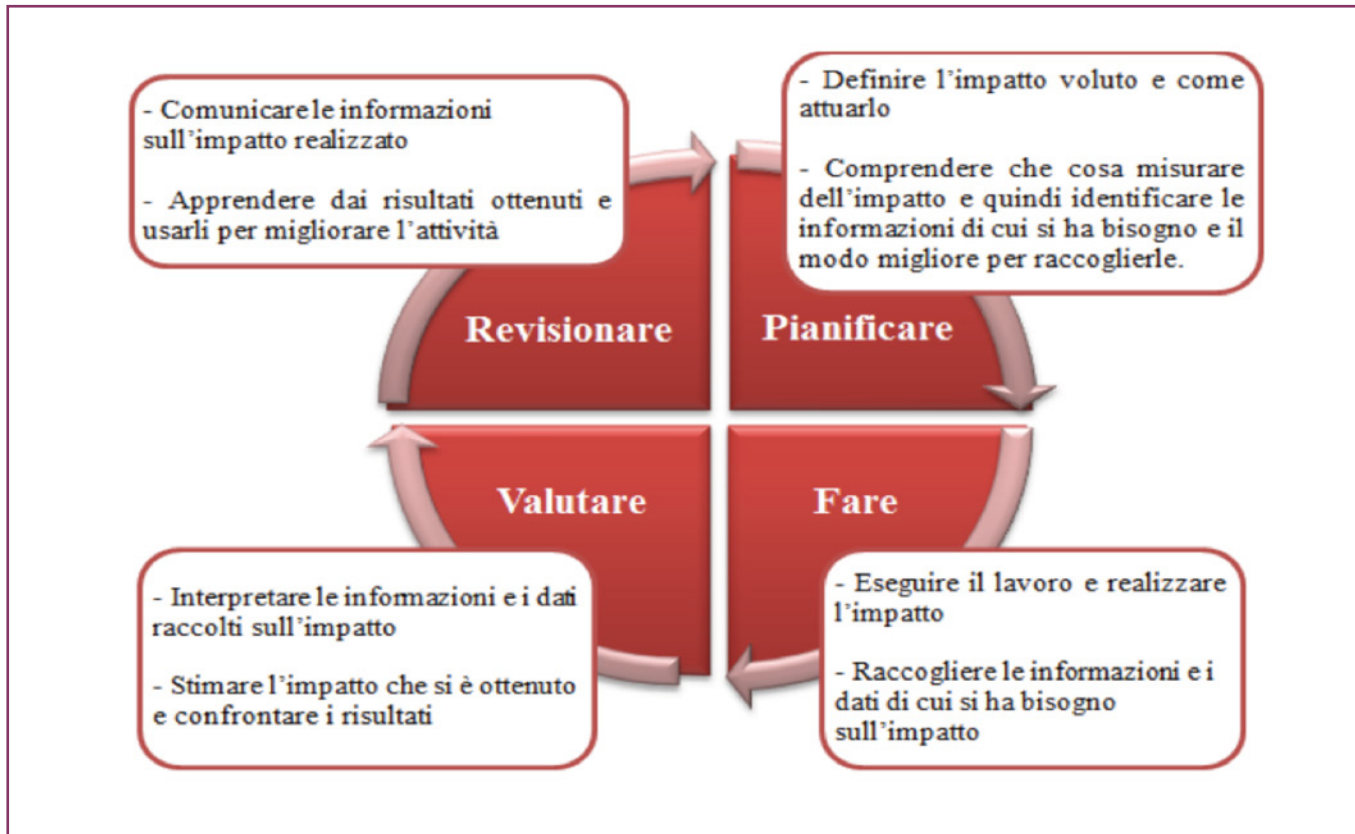
Si può descrivere il ciclo dell'applicazione pratica della misurazione dell'impatto sociale in quattro fasi successive:

1. pianificazione del progetto e dei presupposti per la misurazione,
2. attuazione del progetto,
3. valutazione dell'impatto ottenuto,
4. successiva revisione dei percorsi attuativi per apprendere e per poter migliorare i risultati di impatto realizzabili.

Lo schema seguente sintetizza il ciclo della pratica dell'impatto dal vertice d'osservazione delle Imprese promotrici, delle Fondazioni e, in generale, dei finanziatori di un progetto d'intervento nel Sociale.



Analogamente, qui di seguito, si descrive il ciclo della pratica d'impatto nella prospettiva delle organizzazioni non profit e delle imprese sociali in generale (sia profit che non profit) che si impegnano in interventi nel sociale.



Per condurre un'efficace misurazione dell'impatto sociale vanno sempre tenuti presenti alcuni **presupposti**. Innanzitutto, una *leadership* che consideri la cultura della valutazione e la misura dell'impatto sociale aspetti

fondamentali della strategia della propria organizzazione e che sappia creare consenso attorno a questa visione. Come si è già detto, è necessario, poi, che, nella prassi operativa della conduzione dei progetti, se ne definisca in modo esplicito il modello logico d'intervento, la "Theory of Change". E che si proceda a misurare. Non tutto, ma ciò che conta (materialità): assegnando delle priorità; definendo il grado di rigore delle evidenze da raccogliere, in funzione della loro rilevanza; selezionando la fonte dei dati e gli strumenti utilizzabili (ce ne sono vari) in funzione del problema specifico e degli obiettivi; accertandosi, in conclusione, di aver predisposto un impianto di misurazione efficace e funzionale.

5.6 Gli strumenti di misurazione

Per quanto riguarda **i metodi e gli strumenti di misurazione**, nel corso del tempo, ne sono stati sviluppati vari, di diversa complessità e con diversi orientamenti, più o meno adatti alle singole specifiche situazioni.

Alcuni strumenti valorizzano i fenomeni in termini economici; altri privilegiano l'utilizzo di indicatori omogenei al problema da affrontare e vicini al linguaggio dell'utente facilitandone il dialogo con l'operatore sociale.

Di seguito un elenco non esaustivo di strumenti:

Social Return On Investment (SROI)

Si tratta di un procedimento strutturato di passaggi per comprendere, determinare e gestire il valore degli esiti (*outcome*) sociali, economici e ambientali generati da un'attività o da un'organizzazione. La struttura logica che lo anima facilita la comprensione e la valutazione. La procedura prevede la valutazione in termini monetari dei costi, dei benefici e delle eventuali conseguenze negative. L'esito del procedimento non è un semplice numero (la redditività figurativa di ogni € investito nell'attività), ma anche un resoconto ben argomentato degli effetti di un progetto.

Perché utilizzarlo?

Lo SROI si presta per la pianificazione strategica e per perseguire il miglioramento continuo, per comunicare l'impatto e attrarre investimenti o per prendere decisioni d'investimento, aiutando a orientare le scelte sulla migliore destinazione di tempo e risorse. In questo senso, l'approccio è d'interesse per imprese private, imprese sociali, investitori o committenti pubblici che ne vengono aiutati sia a rendere conto degli effetti del loro lavoro sia ad assumere decisioni a ragion veduta.

Trattandosi di un approccio impegnativo che richiede tempo e competenze qualificate, si adatta a progetti rilevanti e con stakeholder (finanziatori e operatori) sufficientemente strutturati.

Lo SROI identifica sette principi per la sua corretta applicazione:

- Identificare e coinvolgere gli stakeholder, anche durante tutto il corso dell'intervento
- Capire che cosa cambia in conseguenza dell'intervento: cambiamenti previsti e non previsti, positivi e negativi
- Valutare ciò che conta, usando mezzi appropriati come le proxy finanziarie
- Includere solo ciò che è materiale, cioè quantitativamente rilevante per il cambiamento cercato
- Non sovrastimare gli outcome, cercando di tenere conto di quelli correttamente attribuibili all'intervento
- Essere trasparenti, documentando le motivazioni alla base delle scelte fatte che riguardano i vari stakeholder
- Verificare il risultato, possibilmente con il contributo di terze parti indipendenti

Cost Benefit Analysis (CBA)

Calcola il valore attuale di benefici sociali, al netto dei costi, il tutto misurato in termini monetari; tenendo conto delle esternalità, sia positive (benefici) che negative (costi). Si applica nella valutazione dell'impatto di progetti pubblici significativi, a livello di un mercato o di un problema (*issue*) rilevante.

Randomized Controlled Trials (RCT)

Analisi controfattuale che prevede, per un programma sociale, l'applicazione dell'intervento a un gruppo di soggetti estratti con modalità casuali: l'outcome dell'intervento viene confrontato con quello di un gruppo di composizione analoga, a cui l'intervento non è stato applicato. Si utilizza tipicamente nella Sanità (valutazione dell'outcome di protocolli e di farmaci) e negli studi e ricerche di tipo accademico. Permette di passare dall'outcome all'impatto, al netto di ciò che si sarebbe verificato comunque. Si tratta di percorsi molto onerosi, che, nel sociale, si giustificano soprattutto come ulteriore conferma di validità prima di passare ad investimenti nella scalabilità di interventi che hanno già ottenuto valutazioni di outcome positive.

Expanded Value Added Statement (EVAS)

Tiene conto, nella stima del valore aggiunto economico, anche dell'attività dei volontari, sia come attività erogata nel sociale sia come apprendimento da parte degli stessi volontari e dell'impatto sulla coesione sociale.

Outcomes Star

Lo strumento utilizza indicatori tratti dal linguaggio utilizzato sia dagli operatori che dai fruitori di un intervento sociale. Non si pone l'obiettivo di tradurre la valutazione dell'outcome in termini monetari ma permette di verificare, su vari assi rilevanti per il cambiamento che si intende ottenere, sia il punto di partenza sia gli stati di avanzamento e l'outcome finale. Si applica in particolare nei servizi alla persona e permette di valutare l'outcome sia a livello individuale che organizzativo o di gruppo (consolidando i risultati ottenuti da più soggetti seguiti da una stessa organizzazione).

Il modello è stato adattato a diverse specifiche situazioni, risultando appropriato ed efficace.

Si tratta di un approccio poco oneroso, che enfatizza le potenzialità del processo di valutazione ai fini dell'ottenimento del cambiamento desiderato.

Sono disponibili oltre 20 versioni studiate per rispondere alle particolari caratteristiche di diverse situazioni sociali: dai senza fissa dimora, alle persone con problemi psichici; dagli alcoolisti alle famiglie in difficoltà. Utenti e familiari sono considerati risorsa e protagonisti del percorso di miglioramento delle condizioni complessive di vita degli utenti seguiti.

In Italia, il contesto di applicazione più avanzato è quello del Centro Psicossociale Brescia Sud, Unità Operativa di Psichiatria 23, Spedali Civili-Brescia, diretto dal dr Fabio Lucchi.

Bibliografia e sitografia specifica

Teoria del Cambiamento

- Website dedicato alla Theory of Change: <http://www.theoryofchange.org/>
- Pubblicazione di New Philanthropy Capital sulla Theory of Change: <http://www.thinknpc.org/publications/theory-of-change/>
- David E.K. Hunter, *Working hard. Working well, Guida pratica al performance management*, AMI Trustee in collaborazione con Fondazione Lang Italia, 2014

Indicatori e misure

- Un buon sito per cercare misure e indicatori: <http://wilderdom.com/tools/ToolsSummaries.html>
- <http://www.performwell.org/> Un sito dove trovare outcome e strumenti standard di misura adatti a una vasta gamma di servizi sociali
- Il Manuale del Quadro (o modello) logico sviluppato da Innovation Network: http://www.innonet.org/client_docs/File/logic_model_workbook.pdf
- Il Centre for What works (<http://www.whatworks.org/>) ha un portale outcome che si può consultare per individuare diversi tipi di outcome e i loro corrispondenti indicatori
- TRASI (<http://trasi.foundationcenter.org/>) dispone di un database dove di possono trovare diversi approcci alla valutazione d'impatto.-
- La pagina risorse del programma Inspiring Impact (coordinato da NPC in partnership con 7 altre organizzazioni) contiene una serie di strumenti e sistemi di misura: <http://inspiringimpact.org/resources/>
- Un buon link per capire l'accuratezza di un campione: <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

6. SOCIAL IMPACT FUND

6.1 Definizione

I *Social Impact Fund* sono 'fondi che investono sotto forma di **capitale di rischio** in imprese o organizzazioni con l'obiettivo di generare un **impatto** sociale o ambientale **misurabile** insieme ad un **ritorno** di tipo finanziario' (G7, 2014). Con il termine *Social Venture* ci si riferisce più specificatamente ad investimenti fatti in *start up* o imprese *early stage*.

È il lato 'equity' dell'*Impact Investing* che non raramente si accompagna a modalità di finanziamento 'in conto debito', come è rilevabile da numerosi esempi già esistenti a livello internazionale.

La capacità di conservare il capitale, ancor più se unita ad un rendimento, consente di 'replicare' l'iniziativa, di allargare la platea dei soggetti coinvolti e, in definitiva, di operare con imprese, organizzazioni, fondi di dimensioni, nel loro complesso, sempre maggiori (cd "*scalabilità*"). L'Impact, per la sua capacità di intercettare nuove fonti di capitale, sta dimostrando soprattutto a livello internazionale verso i cosiddetti 'paesi poveri', come urgenze di carattere sociale possano essere risolte da modelli di business anche orientati al profitto.

Nella tipologia *impact first* si tratta di raggiungere (o quasi) il break even, di salvaguardare sostanzialmente il capitale: e anche, come si rileva dall'Investment Spectrum, di raggiungere un certo livello 'calmierato' di profitti sia totalmente reinvestiti che parzialmente distribuiti, comunque sempre in una logica di 'socially driven business'. È fondamentale che il 'target investibile' sia costituito da imprese sociali in senso lato che possono (o potrebbero, dato che l'evoluzione della normativa è in corso) riguardare anche aziende profit che operano in settori di attività 'sociali' (in Italia, quelli indicati dalla normativa sull'impresa sociale L. 155/2006) fino a comprendere le "imprese con rilevanti obiettivi di outcome" (Rapporto italiano al G7, figura 1, Lo Spazio dell'impact investing).

L'investimento sociale con modalità 'equity' rispetto a quella 'debt' dà maggiore stabilità, coinvolge maggiormente gli investitori sulla sostenibilità dell'iniziativa, favorisce inoltre la possibilità di utilizzo anche degli altri strumenti finanziari (prestiti bancari e obbligazioni), il cosiddetto 'effetto leva'.

6.2 Meccanismo di funzionamento

Gli investitori sociali (fondazioni bancarie e di impresa, privati abbienti e non, aziende grandi e piccole, ...) conferiscono capitali in un 'veicolo intermediario' che investe in azioni di imprese sociali in senso lato.

Il meccanismo di funzionamento è mutuato dagli schemi giuridici ed operativi, quelli del private equity, ormai collaudati da decenni: l'investimento è effettuato nel capitale di rischio di aziende non quotate e con elevato potenziale di sviluppo in termini di prodotti o servizi, nuove tecnologie, nuove concezioni di mercato la cui natura rischiosa è compensata nella finanza tradizionale da rendimenti elevati.

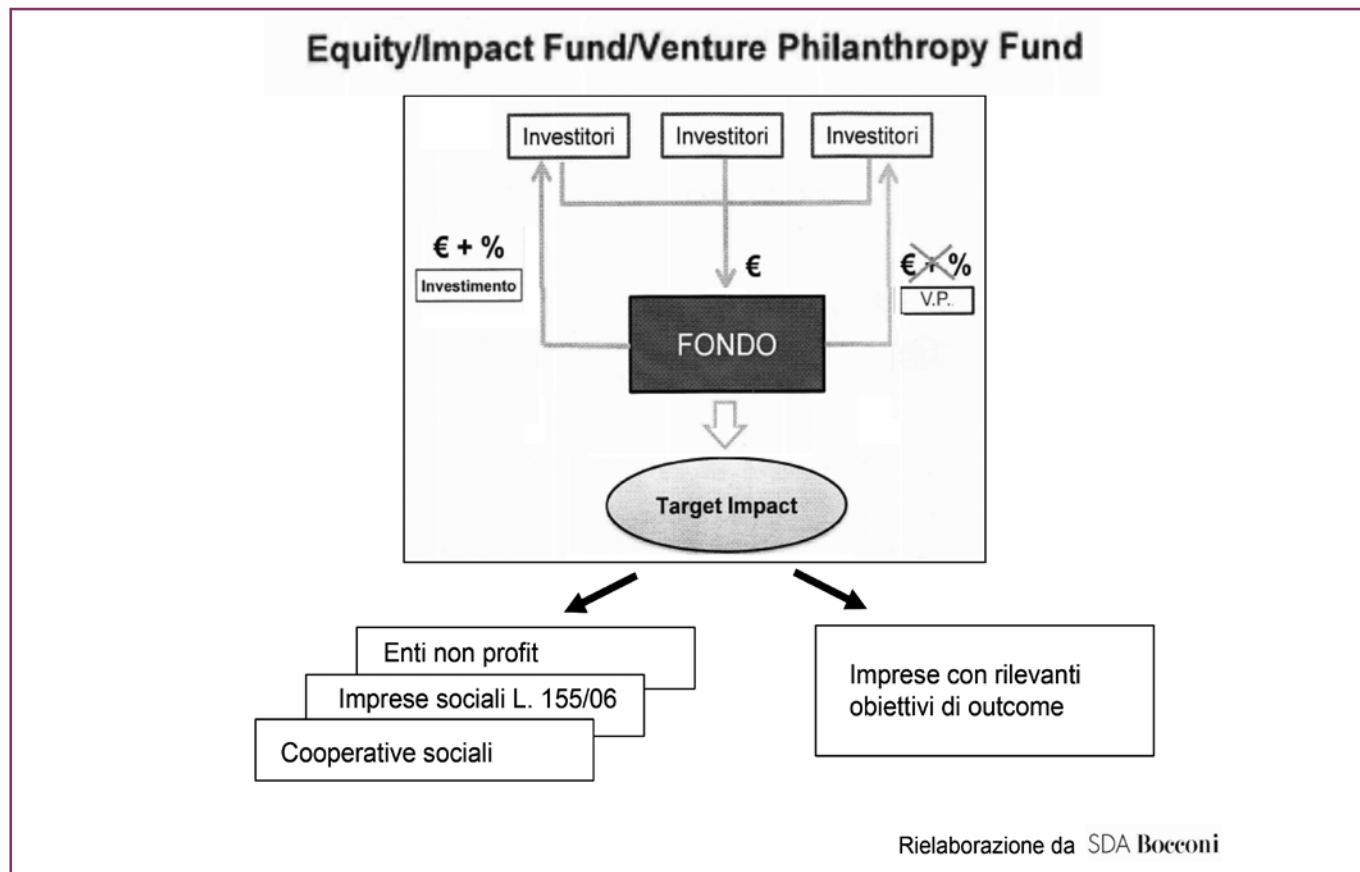
Nel nostro caso, la tipologia degli investitori è interessata anzitutto al perseguimento di un obiettivo di impatto sociale (*Impact first*) e fornisce dei capitali cosiddetti 'pazienti' in quanto partecipano all'iniziativa per un periodo più lungo (8-10 anni ed oltre) e con un obiettivo di rendimento limitato ('cap').

È lo schema di teorico funzionamento dei Social Impact Fund (il 'fondo'), valido universalmente, anche se deve fare i conti con eventuali limitazioni derivanti dalle specifiche normative di ciascun Paese, come si vedrà più avanti per l'Italia.

Quando il 'fondo' investe non direttamente nelle imprese operanti nel sociale ma in altri fondi aventi la medesima missione, si parla di 'fondo di fondi' come sono spesso quelli di origine 'governativa' come ad esempio Big Society Capital (UK) e Social Impact Accelerator lanciato recentemente dalle istituzioni europee, più avanti descritti.

Fondamentale è il ruolo dei Promotori e dell' Anchor Investor nell'attivazione dell'iniziativa e nella costituzione del Fondo.

Sono i Promotori che hanno la capacità di individuare e valutare le imprese sociali in cui investire 'equity' e, solitamente, intervengono anche nel fornire parte del capitale mentre l'Anchor Investor è colui (o coloro) che impegna nell'iniziativa la prima cifra significativa (il cosiddetto 'primo milione') oltre all'immagine e al supporto organizzativo, consentendo il coagularsi di altre forze 'investitrici sociali' e quindi il decollo dell'iniziativa stessa.



La figura evidenzia schematicamente due tipologie di investitori.

La prima che persegue l'obiettivo, oltre all'impatto sociale, di un rendimento ancorché limitato sul capitale, unitamente alla sua restituzione. Questa categoria si colloca, nella figura dell'Investment Spectrum,' (par. 4.2), nella parte destra dell'Impact Investing.

La seconda, Venture Philanthropy, che nella medesima figura si colloca nella parte sinistra dell'Impact Investing, persegue prevalentemente un obiettivo sociale; tanto da poter rinunciare in parte anche alla restituzione del capitale e, comunque, ponendosi in un'ottica di ritorno nel lungo periodo.

Circa il 'target impact', sulla sinistra della figura sono rappresentate delle entità giuridiche esistenti mentre quella riguardante le "aziende profit con rilevanti obiettivi di outcome" rimanda piuttosto a ciò che si auspica emergerà dalla riforma dell'impresa sociale, attualmente in discussione nell'ambito della Riforma del Terzo Settore.

Governance del Fondo

Il Consiglio di Amministrazione, come nel settore privato, gioca un ruolo particolarmente importante durante la fase iniziale, secondo le esigenze specifiche del 'fondo'.

Il ruolo del Consiglio di Amministrazione e i suoi rapporti con il management dovranno essere ben definiti sin dalle prime fasi e potranno riguardare:

- crescita del network del Fondo
- relazioni pubbliche e la costruzione del suo profilo
- fundraising
- dotazione delle abilità, competenze e conoscenze del team di gestione
- strategia di investimento

Una strategia di investimento accuratamente progettata potrà consentire all'intera organizzazione di adottare un approccio mirato e coerente a livello operativo. I temi che dovrebbero essere affrontati, sono:

- gli obiettivi dei finanziatori
- i criteri degli investimenti
- gli strumenti finanziari
- le dimensioni finanziarie del fondo
- le scelte geografiche
- le eventuali opportunità di co-investimento con altri soggetti
- la gestione del Fondo

L'organizzazione del Social Impact Fund adotta spesso un approccio proattivo individuando direttamente i potenziali investimenti, per esempio usufruendo del proprio network (tramite il portafoglio già esistente o tramite altri finanziatori o co-investitori). La generazione di un buon *deal flow* richiede di comunicare correttamente gli impatti sociali e i ritorni economici attesi, specialmente nei confronti di coloro che possono non avere familiarità con tali concetti.

Valutazione degli investimenti

Una valutazione degli investimenti in genere comporta tre fasi:

- Il primo screening mira a identificare le *'social purpose organization'* con una buona probabilità di ottenere investimenti. Si tratta di una combinazione di ricerca 'a tavolino' e di impegno diretto con il management dell'ente.
- L'organizzazione che ha superato la prima fase, dovrà sviluppare il business plan, output di questa seconda fase, che sarà sottoposto ad uno screening dettagliato.
- La proposta di investimento, terza fase, comprenderà il business plan e il commento relativo alle problematiche dell'investimento, quali ad esempio piani di investimento gradualmente (per limitare il rischio in considerazione di futuri finanziamenti basati sugli impatti sociali ed le performance economiche raggiunti), il livello di coinvolgimento durante la fase di investimento e le eventuali opzioni di uscita.

È evidente che i costi iniziali sono considerevoli, anticipati solitamente dai Promotori, così come i costi di gestione superano solitamente il 3% dei ricavi: i fondi sono sottoposti alle Autorità di Vigilanza del Paese in cui sono costituiti.

6.3 Casi esteri

L'esperienza britannica

Nel Regno Unito, a partire dalla fine degli Anni Novanta, si sono sviluppate diverse forme d'investimento finalizzate a sostenere enti che svolgono attività di utilità sociale od imprese socialmente orientate.

Già nell'aprile del 2000 il Ministero del tesoro inglese nominava la commissione "Social Investment Task Force" (SITF) con lo scopo di definire le pratiche imprenditoriali utilizzabili per ottenere maggiori ritorni sociali e finanziari dagli investimenti sociali e di esplorare aree innovative in cui la filantropia, l'attività imprenditoriale e il governo potessero allearsi e trovare sinergie comuni.

Dei numerosi esempi desumibili dall'esperienza anglosassone ne riportiamo solo due, uno inglese e l'altro americano rimandando al box l'esposizione di altri casi.

Big Society Capital (UK)

È il fondo di fondi costituito dal Governo Cameroun per promuovere l'innovazione sociale e nuove forme di sostegno del Terzo Settore con una dotazione di £ 400 milioni, istituzione definita come la banca di investimento del Terzo settore, essendo la sua missione quella di investire in imprese sociali, istituzioni benefiche e organizzazioni di volontariato che incontrano difficoltà nel reperire sul mercato finanziamenti a condizioni accessibili.

"L'obiettivo dichiarato è quello di sviluppare l'intermediazione finanziaria nel settore sociale, così da far fronte, grazie alle risorse finanziarie e al forte impegno di carattere pubblico, ai fallimenti di mercato che si registrano in questo segmento della domanda di capitali e che determinano un massiccio fenomeno di razionamento. La copertura finanziaria dell'operazione è assicurata dal prelievo dei conti dormienti presso banche e istituti di credito, rimasti inattivi per almeno 15 anni" (Fondazione Cariplo, 2013).

La *vision*, dunque, è quella di "creare nel Regno Unito un mercato di investimento sociale vivace, diversificato e ben capitalizzato, attraverso il quale le imprese sociali e le nonprofit possano accedere a finanziamenti ed a supporti adeguati e convenienti, in modo tale da poter accrescere il loro impatto positivo sulla società" (Big Society Capital, 2012).

La *mission* è: "In qualità di investitore: ottenere un impatto che trasformi il mercato dell'investimento sociale nel Regno Unito, sostenendo intermediari finanziari per l'investimento sociale in modo tale che diventino solidi e in grado di attrarre fonti maggiori e più diversificate di finanziamento; essere un canale di finanziamento efficace ed efficiente per fornire al settore sociale capitali adeguati ad un costo conveniente; fornire efficaci servizi di sostegno finanziario e di business per il settore sociale"

"In qualità di operatore: incrementare la consapevolezza e la fiducia negli investimenti sociali, in modo tale da promuovere le *best practices* e la condivisione delle informazioni; migliorare il collegamento tra l'investimento sociale ed i mercati finanziari tradizionali; collaborare con altri investitori in modo tale da incorporare la valutazione dell'impatto sociale nei processi decisionali degli investimenti"

Alcune possibilità offerte dalla normativa anglosassone

"Un altro fattore di crescita strutturale della domanda è rappresentato dalle nuove forme giuridiche societarie per le imprese sociali, come le Community Interest Company (CIC) nel Regno Unito o le Low Profit Limited Liability Company (L3C) negli Stati Uniti, che beneficiano di un trattamento fiscale preferenziale in ragione del proprio impegno per il bene pubblico e dell'accettazione del vincolo dell'asset lock (non possibilità di vendere a fini speculativi gli asset dell'azienda). Queste forme giuridiche aumentano la trasparenza e la negoziabilità delle imprese sociali; in particolare, alle CIC viene richiesto di redigere report annuali, requisito indispensabile per lo sviluppo di un mercato secondario produttivo per gli Impact Investing.

Se resi negoziabili, i titoli renderebbero il mercato delle attività ad impatto sociale più liquido incoraggiando al contempo una maggiore partecipazione. Inoltre, alcune di queste nuove forme giuridiche di imprese sociali consentono investimenti di tipo stratificato: ad esempio una L3C, proprio come una società di capitali Limited Liability Company, può fare distinzioni tra i propri soci, consentendo loro di acquisire partecipazioni con diversi livelli di rendimento e rischio.

Ad esempio, i filantropi possono acquisire le partecipazioni a maggior rischio di una L3C nel rispettivo portafoglio contribuiti, mentre una piccola fondazione può acquisire partecipazioni a minor rischio dello stesso veicolo nel rispettivo portafoglio obbligazionario. Questa stratificazione permette a diversi investitori di partecipare in una L3C, in funzione della propria propensione al rischio, aumentando in questo modo il capitale disponibile” (Martin, 2014).

Acumen Fund (USA)

In un'intervista rilasciata al Sole 24 Ore³, Jacquelin Novogratz, Fondatrice e Ceo di Acumen, ricorda come è nato il Fondo e come funziona: “Siamo partiti raccogliendo fondi ed utilizzandoli non per donazioni, ma per fare investimenti azionari e obbligazionari in imprese che fornissero servizi fondamentali e di buona qualità per i poveri in Asia, Africa, America Latina. Volevamo fornire a queste aziende, che la finanza convenzionale valuta troppo rischiose, un capitale paziente. Ancora oggi investiamo denaro e forniamo supporto gestionale post investimento a imprese di questo tipo”.

Circa gli investimenti effettuati precisa: “Dall'aprile 2000 ad oggi abbiamo investito in oltre 80 imprese circa 90 milioni di Usd e a loro volta queste imprese hanno avuto un impatto su circa 120 milioni di persone. Insomma, investiamo in imprese sociali a valle, ma a monte del processo chiediamo donazioni”.

Con riferimento ai donatori di questo modello 'ibrido' spiega: “Siamo sostenuti da singole persone che hanno grandi patrimoni, fondazioni familiari e d'impresa, corporation provenienti da tutto il mondo, soprattutto negli Stati Uniti e in Europa. Se si guarda il profilo di queste aziende rispetto a quelle più tradizionali, sono ad altissimo rischio, con un ritorno finanziario molto incerto ma con un alto potenziale di impatto sociale perché forniscono servizi essenziali ai poveri nella sanità, agricoltura, energia, istruzione, igienizzazione dell'acqua. Se si considera la filantropia come una forma estrema di capitale di rischio (chi dona non si aspetta di avere indietro i soldi), questa consente di investire là dove la finanza tradizionale non c'è”.

I punti di forza per i donatori sono presentati così: “Il primo è il senso che la loro filantropia può essere riciclata e riutilizzata più e più volte; in secondo luogo il filantropo si sente un catalizzatore perché le aziende in cui Acumen ha investito, hanno attirato ulteriore capitale di rischio per circa quattro volte l'investimento iniziale. Fino ad oggi le aziende dove abbiamo investito 90 milioni hanno ricevuto da altri investitori 360 milioni. Si tratta di un'industria ancora acerba in cui il ruolo della filantropia è quello di sopportarne lo sviluppo iniziale con un atteggiamento paziente”.

C'è un punto critico ed è il seguente: “La misurazione dell'impatto sociale è un punto critico per comprendere una performance di impresa che non è solo finanziaria. Bisogna distinguere gli *output*, le attività, dagli *outcome*, i risultati. Definire le metriche utili a quantificare gli outcome sociali che l'azienda produce non è una questione semplice. Acumen ha investito molto grazie a donazioni da parte di gruppi come Google e Salesforce per definire queste metriche e condividerle con il settore anche grazie a un sistema on line chiamato *pulse*. Sugli outcomes riferiti ad esempio a educazione, all'acqua pulita, al reddito, alcune università americane come il Mit hanno sviluppato gruppi di controllo casuale (*randomize control trials*). Tuttavia, dobbiamo tenere presente che la chiave dell'impact investing è l'impatto sociale e gli investimenti sono l'unico mezzo per raggiungere questo impatto”.

Altro esempio classificabile nel nonprofit è rappresentato da Venturesome mentre quello di Bridge Venture si colloca all'altro estremo data la sua elevata redditività.

³ Sole 24 Ore Plus, 22 febbraio 2014, pag 13.

Venturesome

Fondata nel 2002 nel Regno Unito, è un pioniere nell'innovazione degli strumenti finanziari a sostegno delle imprese sociali ed un esempio della crescita del mercato del finanziamento agli imprenditori sociali. L'imprenditoria sociale, vista come attività finanziabile, si è sviluppata attraverso i nuovi strumenti finanziari, forniti non solo da Venturesome, ma anche da Impetus Trust, Ashoka - Innovators for the Public, Skoll Foundation e Futurebuilders England. Fornendo capitale di rischio e consulenza finanziaria personalizzata per le organizzazioni social-purpose di piccole e medie dimensioni, Venturesome mira a costruire la loro capacità di raggiungere un impatto sociale duraturo. I filantropi strategici, che supportano il lavoro di Venturesome, vogliono vedere il loro denaro 'lavorare sodo' in modo tale da poterlo reinvestire più volte rispetto alla donazione unica tipica del sistema tradizionale di sovvenzione.

Bridges Ventures Funds I e II

I primi due fondi, i Funds I e II, si occupano di investimenti in attività imprenditoriali che abbiano almeno una delle seguenti due caratteristiche:

- **Regeneration:** attività ubicate in aree depresse e poco sviluppate del Regno Unito
- **Sustainable Business:** attività che abbiano un impatto sociale/ambientale intrinseco

Il Fund I ha terminato la sua raccolta nel 2002 con £40 milioni (£20 milioni investiti dal governo inglese) mentre il Fund II, senza l'aiuto del governo, ha terminato la sua raccolta nel 2007 con £75 milioni.

Il caso Simply Switch

L'esperimento che più ha contribuito alla buona riuscita del Fund I è stato l'investimento nella società Simply Switch, società di consulenza che si occupa di comparazione online dei prezzi di alcuni servizi primari (acqua, luce, gas) per i cittadini.

Nel 2002 il fondo ha effettuato un investimento early stage nella società di £125,000 e altri investimenti sono seguiti per un totale di £345,000.

Nel 2006 Simply Switch è stata venduta al Daily Mail per £22 milioni con un ritorno per Bridges Ventures di £7.5 milioni pari ad un tasso di rendimento (IRR) del 165%!

Come prima società ad offrire i suoi servizi sia online che telefonicamente ha permesso alle persone meno abbienti un notevole risparmio sui costi delle utenze.

L'importanza della filantropia strategica

La filantropia strategica è ben sviluppata all'estero in particolare nei paesi anglosassoni mentre è ancora agli esordi in Italia.

La *filantropia strategica* opera per costruire organizzazioni sociali più solide, provvedendo a fornire supporto finanziario e non-finanziario pluriennale, in modo tale da incrementare il loro impatto sociale.

In particolare, si sottolineano alcune caratteristiche:

- **Elevato impegno:** i filantropi strategici hanno una partecipazione attiva nell'organizzazione a finalità sociale che sostengono, stimolando l'innovazione e modelli scalabili di cambiamento sociale.
- **Finanziamenti su misura:** i filantropi strategici adottano l'approccio all'investimento più appropriato in base alla tipologia di organizzazione. A seconda degli obiettivi delle imprese che scelgono di sostenere, i filantropi strategici possono operare perseguendo diversi obiettivi di ritorno finanziario: alcuni offrono sovvenzioni a fondo perduto e quindi accettano un ritorno prettamente sociale (è la '*filantropia strategica*' propriamente detta), mentre altri utilizzano prestiti o finanziamenti quasi-equity, perciò uniscono il ritorno finanziario al ritorno sociale (più comunemente indicato come '*venture philanthropy*').

- Misurazione della performance: gli investimenti della filantropia strategica sono basati sulla performance e pongono l'accento sulla buona pianificazione aziendale, sulla misurazione degli *outcomes*, sul raggiungimento degli obiettivi, su alti livelli di rendicontazione finanziaria e di corretta gestione delle competenze.

La sua importanza è messa in rilievo dal brano dell'intervista qui sotto riportata:

“L'impact investing è molto più impegnativo e sofisticato della semplice gestione del trade off tra rischio, rendimento e liquidità di un'impresa sociale. Se gli investitori sono davvero alla ricerca d'impatto sociale e ambientale devono incorporarlo in tutto il processo di investimento. Non si tratta solo di un ulteriore criterio o variabile, ma di un principio che deve guidare il sourcing, la valutazione, la due diligence, la strutturazione finanziaria e la collaborazione con la partecipata e altri investitori – tra cui potenziali filantropi. Ci sono poi varie altre specifiche da considerare, soprattutto quando l'imprenditore sociale gestisce un business ibrido ed è in grado di utilizzare donazioni come fonte di finanziamento in aggiunta ai finanziamenti rimborsabili. In realtà esiste un enorme potenziale non sfruttato per combinare filantropia con capitale di investimento.

Per creare un ecosistema per l'investimento sociale, sono necessari impegno e risorse per potenziare sistema e infrastrutture: secondo Monitor il Microcredito ha richiesto 12 miliardi di dollari di aiuti prima di costruire il suo mercato e di diventare self-sustainable”. (tratto da un'intervista del maggio 2014 al dr Struwer, senior advisor per la Finanza Sociale di Ashoka)

6.4 Casi italiani

Fattori favorevoli allo sviluppo di fondi con obiettivi di impatto sociale in Italia, si stanno consolidando. Infatti, il settore pubblico è sempre più disponibile a forme di partnership con il privato sociale. Del resto, una parte del settore nonprofit è motivato ad avviare nuove esperienze economicamente autonome e l'imprenditorialità sociale attrae sempre più giovani e professionisti maturi provenienti dal mondo profit.

Oltre Venture

È il primo fondo di social venture capital in Italia che, dal 2006, come società in accomandita per azioni, investe in imprese sociali apportando capitali, competenze manageriali e know-how in campo sociale. Fondato da Luciano Balbo che, dopo un'esperienza ventennale nel private equity, ha operato ed opera prevalentemente nell'housing sociale e nella sanità:

- 'Sharing' ha realizzato a Torino un importante progetto di housing sociale temporaneo in partnership con il Comune e altre importanti realtà del territorio
- Il Centro Medico Santagostino eroga prestazioni ambulatoriali in tutte le specialità con buona qualità e a prezzi accessibili (non “low cost” ma “right price”) colmando così un buco di offerta nelle aree non coperte dal Sistema Sanitario Nazionale (in particolare odontoiatria e assistenza psicologica)

Dal sito si riportano i “criteri di investimento”:

- “progetti con obiettivi sociali chiari e coerenti con il target di riferimento
- obiettivi aziendali definiti da un business plan economico-finanziario
- sostenibilità economica del progetto data dalla capacità di generare nel tempo ricavi sufficienti a coprire i costi di gestione
- replicabilità del progetto
- capacità imprenditoriale (progettuale e gestionale) di chi avvia e coordina il progetto
- modalità operative:
- investimenti sia in aziende esistenti che in start-up; sia in società di capitali sia in imprese nonprofit

- apporto di capitali finanziari sotto forma di equity e/o prestiti
- apporto di competenze manageriali e finanziarie
- ruolo attivo nello sviluppo delle imprese attraverso partecipazione alla governance
- ricerca di co-investitori/partnership”

Il fondo investe quindi solo in aziende che presentano modelli credibili e sostenibili, escludendo le aziende legate unicamente a risorse pubbliche e preferendo attività che possano nel tempo generare ricavi anche presso l'utenza. Gli investitori sono persone fisiche, fondazioni e imprese che scelgono di mettere a disposizione “capitali pazienti e responsabili” a supporto del progetto e che decidono di investire innanzitutto perché riconoscono il valore della responsabilità sociale della ricchezza.

Altri esempi in Italia

Fra i pochi altri esempi citiamo Opes Impact Fund e Insitor, entrambi operanti nei Paesi emergenti; e il caso, in fase di sviluppo, di Human Foundation.

Opes Impact Fund, fondazione promossa da Acra, Fem, Microventures e Altro mercato, che opera, da inizio 2013, per fornire soluzioni sostenibili ai problemi della povertà intervenendo nel capitale di imprese sociali in India ed in Africa Orientale (Tanzania, Kenia, Uganda).

Hanno recentemente deliberato di costituire un apposito fondo per la soluzione di fragilità sociali del nostro Paese.

Insitor Impact Fund, sostenuto da filantropi italiani, investe in imprese sociali in Cambogia, Laos, Vietnam, Thailandia, India, Pakistan, e Birmania, dove più di 1,2 miliardi di persone hanno ancora accesso limitato o inesistente ad acqua pulita, cibo sano, alloggi decenti, cure sanitarie, energia e servizi finanziari minimi.

Il Fondo investe in imprese sociali, startups e early-stage businesses, che abbiano l'obiettivo e la capacità di migliorare la qualità della vita del segmento delle cosiddette low-income families e delle comunità rurali.

Human Foundation: dallo statuto si rileva l'intenzione di creare e promuovere nuovi strumenti di investimento finanziario ed in particolare la costituzione di fondi ad impatto sociale. “Tali fondi, gestiti secondo criteri di redditività, consentono l'investimento diretto - sia in Italia che nei Paesi in via di sviluppo - in imprese remunerative ad alto impatto sociale. Si tratta di imprese che sviluppano, tra l'altro, prodotti e servizi per l'educazione, la sanità, il risparmio energetico, l'approvvigionamento idrico ed alimentare e comunque qualunque altra attività finalizzata all'inserimento lavorativo e all'integrazione sociale di persone svantaggiate”.

6.5 Scenario normativo italiano

La situazione

L'Impact Investing che ha già conosciuto un apprezzabile sviluppo soprattutto nel mondo anglosassone, in Italia è ad uno stato embrionale anche a causa di alcuni limiti normativi che concernono soprattutto le cooperative e le imprese sociali.

Le *società cooperative* sono disciplinate dal Codice civile mentre le *cooperative sociali* dalla legge 8 novembre 1991, n. 381.

Le *imprese sociali*, disciplinate dal Decreto Legislativo 24 marzo 2006 n.155, hanno costituito una forma giuridica innovativa applicabile ad enti previsti dal libro I del c.c. (associazioni e fondazioni) e a quelle del libro V del c.c. (es. cooperative).

I limiti della normativa italiana

In generale, **vincoli finanziari** (per le imprese sociali) e **vincoli di governance** (per le cooperative) sono gli ostacoli principali, dal punto di vista normativo, al decollo dei nuovi strumenti di finanza sociale in Italia con particolare riferimento alla modalità equity. Più precisamente:

Per quanto riguarda gli Enti Libro I del c.c (Associazioni e Fondazioni), l'assenza dello scopo di lucro e l'indivisibilità del capitale rendono impossibile qualsiasi operazione di investimento.

Per quanto riguarda l'Impresa Sociale ex lege, l'Art. 3 del D.Lgs.155/2006 nega la possibilità di distribuire dividendi e, quindi, rende problematico l'attrarre capitali in conto equity.

Per quanto riguarda le Cooperative, pur essendo ammessa la possibilità di distribuire dividendi (con il limite del 2,5 % oltre il tasso dei buoni postali fruttiferi - art. 2514 c.c.), sono i vincoli di governance che frenano l'apporto di equity dato che nessun socio può avere una quota superiore a 100.000 Euro o al 2% del capitale per cooperative con più di 500 soci (art. 2525 c.c.) e, comunque, vige la disciplina del voto pro capite ("Ciascun socio cooperatore ha un voto, qualunque sia il valore della quota o il numero delle azioni possedute" - art 2538 ex D. Lgs 17 gennaio 2003).

La rifondazione normativa in atto

Crescente è il consenso sulla necessità di modificare tali vincoli in un'ottica organica che coinvolga la stessa definizione di impresa sociale tenuto conto che dal 2006, anno della sua nascita, ad oggi le imprese sociali ex lege sono circa 400, un sostanziale fallimento.

Infatti già dallo scorso 23 gennaio 2014 è stata depositata una proposta di emendamento al D. Lgs. n. 155/06 'Disciplina dell'impresa sociale, a norma della legge 13 giugno 2005, n. 118' (primo firmatario l'onorevole Luigi Bobba), con l'obiettivo di facilitare la creazione e gestione delle imprese sociali attraverso qualsiasi forma giuridica purché la forma giuridica individuata dai proponenti sia quella più coerente con il tipo di attività svolta.

Inoltre, il Governo Renzi ha posto in consultazione dal 13 maggio 2014 al 13 giugno, le "LINEE GUIDA PER UNA RIFORMA DEL TERZO SETTORE", una proposta organica riguardante "l'Italia del volontariato, della cooperazione sociale, dell'associazionismo nonprofit, delle fondazioni e delle imprese sociali".

La successione incalzante delle date che fa ben sperare per una rifondazione del Terzo Settore in Italia, trova il suo primo compimento il 22 agosto 2014 con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale del "Disegno di Legge Delega al Governo per la riforma del Terzo settore, dell'impresa sociale e per la disciplina del Servizio civile universale", delega da attuare nei successivi dodici mesi.

In particolare, per quanto riguarda l'impresa sociale, all'art 4 si fissano i seguenti principi e criteri direttivi:

- a) qualificazione dell'impresa sociale quale impresa privata con finalità d'interesse generale avente come proprio obiettivo primario il raggiungimento di impatti sociali positivi misurabili, realizzati mediante la produzione o lo scambio di beni o servizi di utilità sociale;

- b) revisione dell'attuale disciplina dell'attribuzione facoltativa della qualifica di impresa sociale e sua attribuzione di diritto alle cooperative sociali e ai loro consorzi;
- c) ampliamento dei settori di attività di utilità sociale e individuazione dei limiti di compatibilità con lo svolgimento di attività commerciali diverse da quelle di utilità sociale;
- d) previsione di forme di remunerazione del capitale sociale e di ripartizione di utili nel rispetto di condizioni e limiti prefissati".

Confermati gli obiettivi che erano presenti nelle linee guida, il testo scioglie momentaneamente anche il nodo delle risorse relative al "Fondo per le imprese sociali" con lo stanziamento di 50 milioni di euro (sui 500 milioni annunciati a maggio), stanziamento che risente delle difficoltà del governo a reperire le risorse.

Non si può, infine, dimenticare che uno degli obiettivi del 'pacchetto Renzi' è la riorganizzazione del quadro normativo in un Testo Unico in modo da delimitare in modo più chiaro l'identità (e non solo quella giuridica) della galassia del Terzo settore, specificando meglio i confini fra volontariato e cooperazione sociale, tra associazionismo di promozione sociale e impresa sociale, e così via. Il tutto in esplicita armonia con il principio di sussidiarietà sancito dall'art 118 della Costituzione.

"Oggi il nonprofit è regolamentato da una pluralità di norme di settore (sono 15, vedi 'Il ginepraio normativo attuale') spesso in contraddizione fra loro, senza una solida base civilistica e un'armonizzazione con la regolamentazione fiscale. Una stratificazione figlia anche della mancanza di un ancoraggio solido a livello di codice civile" (Arduini, su Vita, 2014).

"L'idea di creare un pavimento civilistico - sottolinea il sottosegretario Bobba -, l'idea di riordinare le norme fiscali che in questi anni sono cresciute in modo ipertrofico non cancella per nulla le differenze che esistono all'interno del Terzo settore, differenze che bisogna certamente mantenere, ma dentro un quadro che abbia elementi di regolamentazione comune".

Il ginepraio normativo attuale (tratto da Vita di giugno 2014 p. 45)

L'elenco delle 15 leggi speciali che oggi regolamentano i vari ambiti del Terzo settore:

- ENTI ECCLESIASTICI L. 20 maggio 1985 n. 222
- ONG L. 26 febbraio 1987 n. 49
- TRUST L. 16 ottobre 1989 n. 364
- FONDAZIONI BANCARIE L. 30 luglio 1990 n. 218
- VOLONTARIATO L. 11 agosto 1991 n. 266
- COOPERATIVE SOCIALI L. 8 novembre 1991 n. 381
- ASSOCIAZIONI SPORTIVE DILETTANTISTICHE L. 16 dicembre 1991 n. 398
- FONDAZIONI LIRICO-SINFONICHE D. Lgs. 29 giugno 1996 n. 367
- ONLUS D. Lgs. 4 dicembre 1997 n. 460
- ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE SOCIALE L. 7 dicembre 2000 n. 383
- FONDAZIONI UNIVERSITARIE L. 23 dicembre 2000 n. 388
- SOCIETÀ SPORTIVE DILETTANTISTICHE L. 27 dicembre 2002 n. 289
- ASSOCIAZIONI BANDISTICHE L. 24 dicembre 2003 n. 350
- IMPRESE SOCIALI D. Lgs. 24 marzo 2006 n. 155
- START UP A VOCAZIONE SOCIALE D. L. 18 ottobre 2012 n. 179

6.6 Evoluzione dello scenario politico europeo e internazionale

“I governi possono adottare politiche per aumentare l’offerta di capitale destinato agli Impact Investing. Tali politiche possono tradursi in incentivi all’investimento tramite co-investimenti o condivisione dei rischi con il governo stesso, stabilendo requisiti per gli investitori che operano nel settore dell’impact investing, oppure fornendo direttamente finanziamenti per Impact Investing o per intermediari che investono in questi strumenti. Di norma, investire in intermediari viene preferito alle forme dirette di investimento.

Ad esempio, nell’Unione Europea, il Fondo europeo per gli investimenti (FEI) ha lanciato nel 2013 il Social Impact Accelerator (SIA), un pionieristico progetto pilota di partenariato pubblico-privato paneuropeo per l’impact investing. Strutturato come fondo di fondi, il SIA intende mobilitare un capitale iniziale pari a 60 milioni di euro da investire in fondi a impatto sociale, che a loro volta forniscono capitale di rischio alle imprese sociali che promuovono l’inclusione sociale, forniscono fonti d’impiego alternative per i gruppi sociali emarginati e contribuiscono alla crescita.

Questo approccio rispecchia quello di Big Society Capital (Uk), che come si è visto è un’istituzione finanziaria indipendente che opera in qualità di banca d’investimento a impatto sociale e investe in intermediari che hanno come target il Regno Unito (anziché l’intera Unione Europea come il SIA).

Negli Stati Uniti, la Small Business Association ha contribuito a creare sei fondi azionari che investono in aziende presenti in comunità a basso reddito” (Martin, 2014).

Attraverso SIA, il Fondo Europeo Investimenti cerca di investire in fondi che:

- oltre che agli obiettivi di ritorno finanziario, perseguono anche espliciti obiettivi di impatto sociale tramite le loro società partecipate;
- misurano e rendicontano sui risultati conseguiti in termini di impatto dell’impresa sociale, oltre che sulle performance economiche;
- si attengono a forti standard ambientali, sociali e di governance nelle loro attività.

Il rilancio dell’imprenditorialità sociale in un’ottica di perseguimento dell’impatto e della sua misura, emerge anche dai Rapporti presentati al G7 di settembre a Roma. Quello italiano ha sintetizzato l’attività di ben sei gruppi di lavoro: *Attrazione di capitali - Metriche e indicatori di impatto sociale - Cooperazione allo sviluppo - Ruolo e sviluppo delle imprese sociali - Buone pratiche e progetti pilota - Implicazioni normative e fiscali.*

Cenni alla recente normativa di alcuni Paesi europei

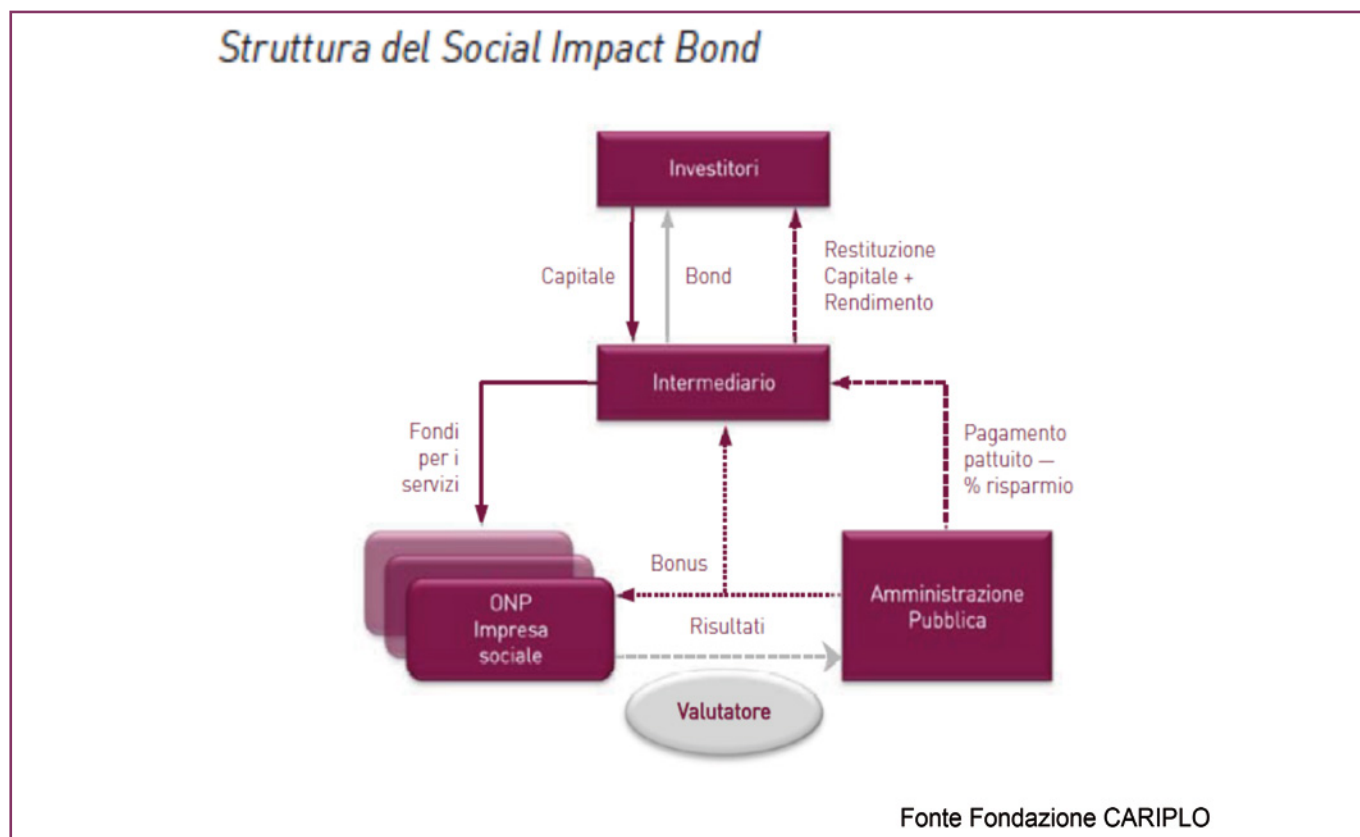
Il SOCIAL VALUE ACT (UK, approvato nel marzo 2012) è fondato sul principio di ‘profitto sociale’ nell’erogazione di servizi pubblici e costituisce un punto di riferimento importante anche per altri Paesi europei nella definizione della policy. Con questa norma gli enti locali mantengono la piena libertà di ‘cercare fornitori’ ma questi sono valutati anche in base al ‘profitto sociale’ che possono assicurare all’amministrazione committente.

La NUOVA REGOLAMENTAZIONE DELL’IMPRESA SOCIALE in Francia per una nuova regolamentazione della materia intorno a tre principi: ‘finalità sociale’ che vada oltre il vantaggio dei beneficiari; ‘ridistribuzione cappata degli utili’; ‘governance partecipata’. Il testo del Disegno di Legge è stato approvato dall’Assemblea Nazionale il 21 luglio 2014.

7. SOCIAL IMPACT BOND

7.1 Definizione e funzionamento

Il social impact bond, conosciuto anche come *Pay for Success Bond*, è uno strumento finanziario finalizzato alla raccolta, da parte del settore pubblico, di finanziamenti privati. La restituzione e la remunerazione del capitale investito tramite questi strumenti è agganciata al raggiungimento di un determinato risultato sociale. In un modello di Social Impact Bond (SIBs) realizzato correttamente, il raggiungimento dell'impatto sociale previsto produrrà infatti un risparmio per la Pubblica Amministrazione (PA) e quindi un margine che potrà essere utilizzato per la remunerazione degli investitori. Ed è per iniziativa della PA che il meccanismo viene attivato.



Questi sono i passaggi:

- Un *intermediario*, che può essere un **istituto bancario** o altra organizzazione competente, in accordo con l'*ente pubblico*, emette *social bonds* collocandoli presso **investitori privati** che forniscono i capitali necessari a sostenere un progetto a carattere sociale.
- L'ente intermediario gira il denaro ottenuto attraverso i SIBs agli **enti nonprofit** che si occupano di fornire i servizi previsti dal progetto e trattiene le commissioni a copertura dei propri costi prelevandole direttamente dal capitale raccolto presso gli investitori.
- Attraverso le proprie attività i soggetti nonprofit dovrebbero garantire risultati sociali tali da *sgravare il settore pubblico dall'obbligo di rispondere a bisogni potenzialmente legati all'evolversi dei rischi sociali*, su cui operano preventivamente proprio gli enti nonprofit. Questi ultimi vengono pagati per le prestazioni rese anche se non raggiungono l'obiettivo.
- Se il progetto, a seguito di una valutazione fornita da un **ente indipendente**, risponde agli standard qualitativi e al livello di impatto sociale imposti nel momento di emissione dei bonds, l'ente pubblico è tenuto a versare quanto dovuto più una percentuale pre-stabilita all'intermediario, e rapportata al diverso grado di raggiungimento della performance.

- l'intermediario provvederà a sua volta a restituire il capitale agli investitori, maggiorato della remunerazione prestabilita. Nel caso in cui il progetto non risponda agli standard previsti, l'ente pubblico non è tenuto al versamento di alcuna somma di denaro. Pertanto gli investitori rischiano capitale e interessi e per di più sono i soggetti meno coinvolti nell'operatività e meno dotati di poteri di influenza sulle scelte degli altri attori.

7.2 Finalità

L'idea che sta alla base dei SIBs è che *l'ente pubblico* attraverso programmi sociali realizzati e gestiti da enti nonprofit, tendenzialmente atti a ridurre le aree di disagio sociale, *possa risparmiare denaro* e ottenere risultati più soddisfacenti di quelli che avrebbe agendo autonomamente.

Le ragioni di questo approccio sono principalmente due:

- In primo luogo, i soggetti pubblici *non sempre possiedono le strutture*, il personale e le conoscenze necessarie per intervenire in contesti caratterizzati da forti disagi sociali. Appoggiandosi a enti che già svolgono attività in tali ambiti, pertanto, l'ente pubblico può avvalersi di un *know how* di cui può non essere direttamente dotato, riuscendo così a rispondere ai bisogni di soggetti svantaggiati prima che questi si aggravino divenendo un carico più oneroso per la pubblica amministrazione.
- In secondo luogo, il pagamento del debito che la PA ha contratto nei confronti degli investitori attraverso i SIBs, è legato al livello di successo raggiunto dal progetto cui essi fanno riferimento. Il saldo del debito, infatti, avviene unicamente se gli standard stabiliti nel momento in cui SIBs sono stati emessi sono stati raggiunti. L'ente pubblico, dunque, spende denaro *solo in caso di successo del progetto PA*: unico suo onere quello di immobilizzare, per i periodi corrispondenti alla durata del progetto, le somme per eventualmente ripagare il Sib.

Si tratta quindi di 'outsourcing' il cui rischio sul raggiungimento dell'impatto sociale è completamente a carico di investitori sociali.

Il SIB è uno strumento finanziario sofisticato ed oneroso: può essere considerato un *prodotto strutturato* in cui il sottostante è rappresentato dall'andamento di un'attività nel campo dell'innovazione sociale (l'investitore 'scommette' sulla capacità di una attività di generare valore sociale e non più sull'andamento aleatorio di un certo valore come una azione, le valute,..).

7.3 Opportunità e criticità

Ciò che lo rende **complesso** è la rete di relazione tra gli attori che prendono parte al processo (l'ente pubblico, gli investitori, l'intermediario, l'organizzazione nonprofit e l'ente valutatore) il cui intreccio di responsabilità, oneri e proventi va definito tramite accordi legali particolarmente impegnativi.

Fondamentale la presenza di un **valutatore indipendente** (*independent assessor*) che misura il risultato finale (*performance*) e certifica il raggiungimento dell'obiettivo. La misurazione dell'impatto sociale creato richiede la selezione di un gruppo di trattamento all'interno di una popolazione obiettivo.

Il risultato deve essere quantificabile isolando i cambiamenti causati dallo specifico intervento tra quelli che, in un determinato lasso di tempo, si sono verificati nel gruppo/territorio oggetto dell'intervento.

La PA deve poi essere in grado di misurare i costi dei servizi già esistenti che possono essere abbattuti e di valutare la liquidabilità e la tempistica di questi risparmi (*il costo totale del servizio fornito dalla impresa sociale deve risultare inferiore al risparmio che la PA ottiene dalla riduzione della spesa per programmi esistenti*). Stante la complessità del calcolo è necessaria, almeno in una prima fase, l'esistenza di investitori *più interessati al valore sociale che al rendimento finanziario tout court*.

7.4 Stato dell'arte all'estero e in Italia

Prigione di Peterborough (GB)

Presupposto: se nel 2014 scenderà almeno del 7,5% il tasso di recidiva di 3 mila detenuti ammessi nel 2010 a un programma di reinserimento sociale attraverso lavori finanziati con 5 milioni di sterline da 17 investitori privati - costoro incasseranno un rendimento annuo del 13% per 8 anni (meglio di qualunque titolo in Borsa), pagato dal Ministero della Giustizia inglese con una quota dei soldi di una lotteria nazionale (Big lottery fund).

È quindi il settore pubblico la locomotiva dell'operazione: il Ministero della Giustizia incarica l'ente intermedio, 'Social finance', di cercare sottoscrittori per pagare l'ente nonprofit che si occupa del progetto sociale. A pagare la rendita dei sottoscrittori è il Social finance, con quei soldi che lo Stato ha risparmiato dalla diminuzione del tasso di criminalità e recidiva.

Carcere di Rikers Island (USA)

La banca d'affari Goldman Sachs che, con la garanzia della fondazione del sindaco newyorkese Bloomberg, ha messo 9,6 milioni di dollari in un progetto di riabilitazione - della durata di 4 anni - attraverso il lavoro e lo studio di 3 mila detenuti, *guadagnerà* 2,1 milioni di dollari di interessi pagati dal governo americano se la recidiva dei detenuti sarà scesa almeno del 10%.

Italia

Atteso che la capacità della Pubblica Amministrazione di segnalare, individuare e lanciare progetti ad impatto sociale - elemento fondamentale nei social impact bond inglesi - è ancora in fase di graduale evoluzione, si evidenziano i seguenti aspetti critici:

- mancano gli investitori privati e le stesse Fondazioni potrebbero avere delle difficoltà ad assumersi tali rischi
- dati i limiti del bilancio pubblico, si pone il problema per la PA di accantonare annualmente l'importo da liquidare mentre il risparmio si produrrà solo successivamente, al raggiungimento del risultato
- appare eccessiva la dimensione del rischio a carico dell'investitore che non ha voce in capitolo nella filiera, problema peraltro non solo italiano; per limitarne i rischi, i progetti andrebbero adeguatamente selezionati da un ente qualificato
- appare alta la remunerazione a due cifre degli esempi UK ed USA
- servirebbe una maggiore informazione mediatica dello strumento.

Al momento, nel contesto italiano questi strumenti sono del tutto assenti ma qualcosa si sta muovendo come si rileva dal Rapporto G7. Alcuni stakeholder hanno avviato una ricognizione sui Social Impact Bond (Fondazione Cariplo, Quaderni dell'Osservatorio, 2013).

In particolare, il Ministero della Giustizia ha affidato ad Human Foundation lo studio di fattibilità di un Social impact bond/Pay for success per la sperimentazione di interventi nel settore del reinserimento socio-lavorativo della popolazione detenuta.

Inoltre, è probabile che a San Patrignano, in prospettiva, veda la luce un social impact bond sulle carceri, che metta a frutto la capacità dei ragazzi a non cadere di nuovo nell'illegalità e a non tornare dentro. Sarebbe un modello ibrido fra versione italiana e anglosassone che vedrebbe San Patrignano come service provider.

"Proprio sul tema delle carceri, Banca Prossima - Gruppo Intesa Sanpaolo, con San Patrignano e altre realtà del mondo delle cooperative sociali ed Associazioni di recupero, ha presentato al Ministero della Giustizia un progetto che si propone di accogliere mille detenuti in regime di esecuzione esterna della pena. Un progetto che ha il doppio beneficio di produrre un risparmio di circa 200 milioni di euro per lo Stato e di garantire alle persone coinvolte un percorso di inclusione sociale"(L. Moratti e M. Morganti sul Corriere della Sera del 19 gennaio 2015).

8. SOCIAL BOND

8.1 Definizione e funzionamento

Sono obbligazioni tradizionali, che servono a sostenere finanziariamente le iniziative nonprofit nel sociale che oggi soffrono per la drastica riduzione degli interventi della Pubblica Amministrazione e per il calo delle donazioni.

Sono “sociali” perché le banche devolvono una quota dell'ammontare sottoscritto ad associazioni ed enti nonprofit o, semplicemente, perché l'importo raccolto è esclusivamente dedicato ad organizzazioni del Terzo Settore.

In sostanza il meccanismo è lo stesso dei bond tradizionali: durata predeterminata (solitamente 4-5 anni) per il rimborso del capitale, pagamento periodico degli interessi (cedole solitamente trimestrali), tasso variabile più spread a copertura del rischio, delle spese e del margine della banca, oppure, tasso fisso.

Opportunità e criticità

La favorevole adesione da parte del mercato, soprattutto del pubblico retail, conferma la buona propensione al sociale.

Le prime obbligazioni social di UBI Banca sono andate esaurite in 36 ore: di norma è più difficile piazzare bond sul mercato.

Altro esempio: Banca Prossima ha raccolto in 20 giorni (dicembre 2013) circa 40 milioni di euro.

L'Osservatorio UBI su Finanza e Terzo Settore (seconda edizione di maggio 2013, riferita al 2012), non rileva ancora il peso dei Social Bond nel finanziamento del Nonprofit, a conferma del fatto che trattasi di fenomeno recente in evoluzione e di importo minimale rispetto al totale dei finanziamenti al Terzo Settore.

8.2 Casi italiani

Da un articolo dell'agosto 2013: “Sono tre gli istituti che in Italia hanno introdotto tali strumenti finanziari chiamandoli ‘social bond’: il gruppo UBI Banca, Banca Etica e Banca Alpi Marittime.

- UBI Banca è capofila nel settore dell'investimento sociale, con numerose obbligazioni già emesse.
- Gli ultimi due bond di Banca Etica sono dell'ottobre 2012 ed hanno un valore totale di 18 milioni di euro.
- La Banca Alpi Marittime ha emesso obbligazioni sociali per 50 milioni di euro, per sostenere due case di riposo, un progetto per aiutare persone con autismo e tre progetti per i malati di Sla. (rivista “Economia” del 12 agosto 2013).

La realtà si è ulteriormente evoluta e numerose sono state le emissioni dei cosiddetti ‘social bond’ soprattutto da parte di UBI banca.

UBI BANCA

Per illustrarne meglio le caratteristiche si riportano di seguito due tipologie di Social bond UBI:

“Il **primo tipo di Social Bond** (SB) concepito dal Gruppo UBI prevede la devoluzione ad associazioni, fondazioni, scuole, università, ospedali o altre istituzioni di una parte dell'importo collocato attraverso i prestiti obbligazionari, normalmente equivalente allo 0,5 per cento di quanto complessivamente raccolto.

Alla base di ogni SB c'è un rapporto consolidato e/o uno specifico progetto di partnership tra l'organizzazione beneficiaria e le filiali bancarie presenti nelle diverse aree del paese. Per poter usufruire delle risorse derivanti dai Social Bond, le organizzazioni del Terzo Settore devono essere realtà «significative» per il territorio, caratterizzate da buona capacità di mobilitazione degli *stakeholders* delle comunità di riferimento, e devono distinguersi per efficienza gestionale e impatto sociale prodotto. Per questa ragione i SB assumono una denominazione che rimanda chiaramente all'ente beneficiario o all'attività da esso svolta, rendendo chiaro ai potenziali finanziatori a quale realtà sarà destinata parte delle risorse raccolte attraverso il collocamento obbligazionario.

Anche se le Organizzazioni del terzo settore non rispondono direttamente ai finanziatori - è infatti la banca a devolvere una parte di quanto raccolto attraverso i Social Bond, che, pur legati al progetto, sono indipendenti dal successivo andamento delle attività delle organizzazioni - è importante che esse si presentino come affidabili agli occhi di chi decide di sostenerle” (Bandera, 2013).

È evidente che questo tipo di social bond, cosiddetto “grant based” in quanto prevede l'erogazione di un contributo a titolo di liberalità, si presta in particolare per il mondo del non profit “sociale” come, per esempio, in “UBI Comunità per la Fondazione Umberto Veronesi”.

“UBI Comunità per la Fondazione Umberto Veronesi”:

È l'iniziativa promossa da UBI Banca che ha collocato (novembre - dicembre 2012) presso i propri sportelli un prestito obbligazionario per un ammontare complessivo di 20 milioni di euro e lo ha quotato al MOT (Mercato Telematico delle Obbligazioni). Una parte dei proventi della sottoscrizione (0,50% del valore nominale delle obbligazioni sottoscritte) sono stati devoluti a titolo di liberalità alla nota Fondazione milanese per sostenere il progetto di ricerca “nuovi biomarker per seno e polmoni” finalizzato a individuare i tumori del seno e del polmone nello stadio iniziale, ancor prima che siano rilevabili con le attuali tecniche diagnostiche.

“Il **secondo tipo di Social Bond** promosso da UBI Banca prevede che tutto l'ammontare raccolto - e non soltanto una percentuale - sia utilizzato per finanziare iniziative di imprenditoria sociale, preferibilmente collegate a realtà «aggreganti» e operanti in specifici settori o aree geografiche.

Attraverso il collocamento di questi SB, cosiddetto “loan based”, è quindi possibile costituire plafond destinati all'erogazione di finanziamenti a medio-lungo termine a condizioni competitive per consorzi, imprese e cooperative sociali (come, per esempio, “UBI Comunità per l'imprenditorialità sociale del sistema CGM”).

Questa modalità operativa permette ai sottoscrittori di investire, grazie alla garanzia offerta dalla banca, in un settore economico caratterizzato da forte innovazione sociale ma, come si è sottolineato, in parte ancora poco propenso a sostenere oneri creditizi di una certa entità col sistema bancario” (Bandera, 2013).

“UBI Comunità per l'imprenditorialità sociale del sistema CGM”, estratto del Regolamento:

“Si tratta di obbligazioni per sostenere lo sviluppo dell'imprenditoria sociale e la realizzazione di progetti che creano valore per i territori e le comunità di riferimento.

In particolare, a fronte della sottoscrizione delle obbligazioni da parte di privati sottoscrittori, è messo a disposizione uno specifico plafond, pari all'importo complessivamente raccolto, destinato all'erogazione di finanziamenti a medio-lungo termine a favore di consorzi, imprese e cooperative sociali associate al sistema CGM e finalizzati a supportare la realizzazione di programmi di sviluppo (compresi progetti di aggregazione e innovazione sociale), la creazione di occupazione nonché volti a far fronte alle esigenze di incremento di circolante e di equilibrio della struttura patrimoniale e finanziaria delle imprese sociali stesse.

Le obbligazioni, emesse da UBI Banca per un ammontare sottoscritto di 18 milioni di euro circa (30 novembre 2012), quotate al MOT, hanno taglio minimo di sottoscrizione pari a 1.000 euro, durata quattro anni, cedola trimestrale, un tasso variabile pari al tasso euribor tre mesi aumentato del 3%, con prima cedola pari al 4% annuo lordo”, remunerazione quindi sostanzialmente allineata al mercato.

L'accettazione di ogni singola operazione (finanziamento minimo di € 15.000 e massimo di € 500.000 per una durata fino a 60 mesi) è subordinata alla valutazione del merito creditizio di esclusiva competenza della Banca così come la richiesta di eventuali garanzie”.

Il rischio è quindi assunto da UBI, che si cautela fra l'altro facendo sottoscrivere da CGM per conferma le finalità a cui è destinato il finanziamento.

I Social Bond collocati da UBI Banca fino a marzo 2015 sono stati 61, 24 nel solo 2013 per un controvalore di 640 milioni di euro: i contributi a titolo di liberalità sono stati pari a oltre tre milioni di euro. I Social Bond sono stati sottoscritti da oltre 23.000 clienti del Gruppo UBI. “Abbiamo avviato queste attività per primi già due anni fa - nota Victor Massiah, Consigliere delegato di UBI Banca - chiudendo sempre le sottoscrizioni in anticipo rispetto ai tempi stabiliti. E, questo, testimonia il forte coinvolgimento dei cittadini verso iniziative innovative di partnership pubblico-private, in grado di sostenere progetti concreti di sussidiarietà”⁴.

Banca Prossima

Intesa Sanpaolo ha emesso a dicembre 2013 il primo titolo obbligazionario “serie speciale Banca Prossima”, 50 milioni di euro a cinque anni destinati a finanziare - tramite appunto Banca Prossima - realtà del nonprofit laico e religioso a tassi agevolati. Su 50 milioni la raccolta effettiva è stata di 40 milioni. Il sottoscrittore ha rinunciato a un punto rispetto a un analogo bond di Intesa, sapendo però che il denaro sarebbe andato in prestito a realtà del Terzo Settore con un tasso inferiore dell'1,2% rispetto allo standard.

È da rilevare che Banca Prossima ha attivamente operato anche prima del dicembre 2013 ‘costruendo’ bond su misura, non quotati, in ottica di “project financing”.

«Il gruppo - sottolinea l'amministratore delegato di Banca Prossima, Marco Morganti - ha autorizzato emissioni sociali per altri 260 milioni di euro.

Sa quale è la percentuale di sottoscrizione da parte di semplici cittadini? Il cento per cento. Sono 2.650 italiani, tutte persone comuni. E sa, su 40 milioni, quanti sono stati sottoscritti al Sud? Undici milioni»⁵.

I 2.650 italiani hanno versato ciascuno almeno € 10.000. Tali persone sono definibili ‘investitori sociali’ in quanto si sono ‘accontentati’, come visto, di circa un 1% in meno rispetto al mercato. Hanno ricevuto ognuno una lettera personale di ringraziamento e, periodicamente, riceveranno il rendiconto relativo alle iniziative finanziate ed al loro andamento.

⁴ Paolo Bricco, Il Sole 24 Ore online, 16/01/2014
(<http://www.ilssole24ore.com/art/notizie/2014-01-16/la-nuova-solidarieta-cresce-i-social-bond-064331.shtml?uuid=ABeYn3p>)

⁵ Estratto da 24 Ore del 16 gennaio 2014 - La nuova solidarietà cresce con i social bond

Banca Prossima ha lanciato il suo secondo Social Bond il 30 maggio 2014 per 30 milioni di euro, scadenza 5 anni, tasso fisso 1% lordo, senza commissione, cento punti base sotto il tasso del Bond bancario Intesa Sanpaolo di identica scadenza, taglio minimo 10.000 euro, distribuito sia dalle filiali che dal private banking.

Dall'articolo de Il Sole del 5 giugno 2014 emerge anche "Intesa Sanpaolo punta da tempo sul Terzo Settore su cui prevede nei prossimi tre anni di stanziare 1,2 miliardi di euro attraverso Banca Prossima".

San Patrignano - Cassa Risparmio di Rimini e UBI Banca -

Nel novembre 2013, la Cassa di Risparmio di Rimini ha emesso un bond a favore di San Patrignano, 15 milioni di euro a tre anni, lo 0,6% dei quali (90mila euro) destinato a costruire nuove residenze per l'accoglienza.

A ottobre 2013, San Patrignano aveva già beneficiato di un social bond da 20 milioni di euro a due anni emesso da UBI Banca, che ha dato a titolo gratuito alla comunità lo 0,5% (100mila euro) per rifare il suo canile e per sviluppare un programma di pet therapy⁶.

Deutsche Bank

"Anche Deutsche Bank debutta nei Social Bond con un'obbligazione da 20 milioni di euro, dedicata al finanziamento del Banco Alimentare, la fondazione attiva da 25 anni nella raccolta delle eccedenze alimentari per le persone in stato di bisogno, a cui sarà devoluto lo 0,5% dell'incasso. Il prestito è rivolto ai risparmiatori che potranno sottoscriverlo a tranches di 10 mila euro, ha un rendimento annuo lordo dell'1,25% ed una durata di tre anni. (Corsera, 3 luglio 2014)"

8.3 Prime conclusioni

In definitiva si evince la rilevanza per le grandi organizzazioni NP italiane relativamente delle emissioni di social bond, emissioni che si muovono su importi importanti.

Va inoltre rilevato come l'ammontare dei finanziamenti già immessi, e/o programmati, per il NP italiano siano considerevolmente più elevati dei valori, per ora modesti, dei SIB anglosassoni.

È vero che i Social bond italiani sono bond del tutto 'normali' che destinano al NP le masse raccolte (mediante la costituzione di specifici plafond dedicati) o, in svariati casi, che erogano una liberalità connessa all'ammontare sottoscritto (ad esempio pari allo 0,5%): essi non sono legati a misure di impatto ma, intuitivamente, sono 'generatori di impatto' che attualmente non è misurato.

Passi in avanti verso la "misura dell'impatto" si stanno riscontrando sul mercato dei social bond: un esempio è rappresentato da "UBI Comunità per Associazione Dynamo Camp onlus", emesso nel gennaio 2015 per un ammontare di 20 milioni di euro, nel quale, per la prima volta, si introduce il calcolo dello SROI (Social Return On Investment) e, al raggiungimento di tale obiettivo di impatto, si lega parte dell'erogazione della liberalità connessa alla sottoscrizione del bond (0,5% del suo ammontare). La donazione ha finanziato parte del progetto "Outreach", che porta i programmi di Terapia Ricreativa di Dynamo Camp fuori dal Camp, in un tour di dodici tappe in tutta Italia, a beneficio di minori con patologie gravi o croniche. Dynamo Camp ha calcolato che ogni euro donato a sostegno del progetto produrrà circa 2 euro di benefici sociali.

Va infine ricordato, per completezza, che le Imprese sociali (art 3 Dlgs 155/2006) possono emettere direttamente obbligazioni: una potenzialità italiana che va adeguatamente sfruttata.

⁶ Ibid.

9. MINI BOND

9.1 Definizione e principali caratteristiche

“I mini-bond sono titoli di credito, nello specifico obbligazioni, che possono essere emessi da un'impresa non quotata, il cui principale obiettivo è quello di raccogliere nuove risorse finanziarie, realizzando una diversificazione delle proprie fonti di finanziamento a titolo di debito con conseguente attenuazione dei rischi connessi alla forte dipendenza dai canali bancari.

I mini bond possono essere emessi da società di capitali, da società cooperative e mutue assicuratrici diverse dalle banche e dalle micro-imprese, come definite dalla Raccomandazione 2003/361/CE”.

“Nell'ambito delle recenti misure adottate per la crescita e lo sviluppo economico dello Stato con il Decreto Sviluppo (agosto 2012), il Decreto Sviluppo bis (dicembre 2012) e il Decreto Destinazione Italia (dicembre 2013), è stato introdotto un pacchetto di disposizioni volte a rafforzare le forme di finanziamento a medio e lungo termine alternative o complementari a quelle bancarie per le piccole e medie imprese (PMI).

In particolare tali interventi legislativi sono volti ad accrescere la capacità delle società di capitali non quotate di media e piccola dimensione di attrarre finanziamenti per la propria attività corrente e straordinaria attraverso l'emissione di titoli di debito a breve termine (le cambiali finanziarie) e a medio e lungo termine (titoli obbligazionari)” (Gabrielli et. al., 2014).

Sono quindi strumenti finanziari destinati al mercato delle PMI, a tassi di mercato. Ne parliamo qui perché si aprono nuove possibilità di finanziamento anche per le cooperative medie e piccole che, come 'aziende profit che operano nei settori di attività indicati dalla normativa sull'impresa sociale' (Rapporto G7, pag 37) potenzialmente potrebbero rientrare nel panorama delle imprese sociali in corso di revisione (Disegno di Legge Delega del 22 agosto 2014 per la riforma del Terzo Settore).

Le imprese interessate sono quelle aventi un organico da 10 a 249 dipendenti ed un fatturato annuo o un totale di bilancio superiore a 2 milioni di euro e fino ad un fatturato annuo inferiore a 50 milioni di euro oppure un totale di bilancio inferiore a 43 milioni di euro: sono escluse le 'micro-imprese' così come definite dalla suddetta raccomandazione europea e, cioè, quelle aventi parametri inferiori ai suddetti limiti 'minimi'.

Si tratta di un canale di **finanziamento complementare al sistema bancario** avente la caratteristica di una scadenza medio-lunga (uguale o superiore a 36 mesi) che offre degli indubbi vantaggi quale la possibilità di emettere obbligazioni per un importo superiore al doppio del patrimonio netto e un trattamento fiscale agevolato.

Di contro, la complessità dell'operazione sia in sede preliminare di due diligence dell'emittente (verifica societaria, patrimoniale, economica, finanziaria, fiscale e legale) sia in fase di assistenza allo sviluppo del progetto (sviluppo del business plan, definizione del mini-bond e cioè importo, durata, tasso, cedola, ... fino alla redazione del regolamento, eventuale domanda di ammissione alla quotazione e conseguente gestione delle relazioni con Banca d'Italia, Monte Titoli, Borsa italiana, ...) si riflette necessariamente sul livello dei costi oltre che dei tempi dell'operazione (in media 3-4 mesi).

A conferma di ciò, la Regione Lombardia ha stanziato 2,5 milioni di euro a copertura dei costi di emissione e, con il supporto di Finlombarda, intende individuare le imprese lombarde che hanno la potenzialità per emettere obbligazioni (in prospettiva, teoricamente 11.000 circa), assistendole sia nella strutturazione delle operazioni di emissione, sia eventualmente nell'acquisto di quote di obbligazioni.

È opportuno infine considerare che l'emissione dei minibond comporta un aumento della trasparenza nei confronti degli investitori. Soprattutto in caso di quotazione sul segmento Extra Mot Pro che è il mercato di Borsa italiana per i nuovi strumenti di debito della piccola media impresa italiana, l'emittente dovrà:

- aver pubblicato il bilancio degli ultimi due esercizi, di cui l'ultimo sottoposto a revisione contabile e, successivamente pubblicare i bilanci annuali revisionati;
- pubblicare un prospetto contenente le persone responsabili, i fattori di rischio, la struttura organizzativa

9.2 Cooperative italiane potenzialmente idonee

“Questa nota fa riferimento ai risultati di una ricerca per l’individuazione di quelle cooperative italiane che sono potenzialmente interessate ad accedere al mercato dei capitali di debito, ovvero alla possibilità di emettere titoli (obbligazioni, minibond) cercando strumenti di finanziamento alternativi al canale bancario per gestire l’attività ordinaria, o espandersi in mercati esteri, o ancora per effettuare investimenti finalizzati ad un generale recupero di competitività”.

L’analisi è stata condotta sulla base di alcune assunzioni relative al fatturato, all’EBITDA e all’indebitamento, oltre alla pubblicazione del bilancio degli ultimi due esercizi.

Il risultato dell’analisi, condotta sull’esistente, evidenzia che sono 407 le cooperative potenzialmente interessate.

“Ovviamente le considerazioni che se ne possono trarre sono del tutto indicative trattandosi di un’analisi statistica impostata su assunzioni teoriche circa la capacità di restituzione del debito, assunzioni necessariamente semplificate e che non possono considerare tutti gli elementi reali che incidono sulla redditività delle cooperative”.

L’analisi dei risultati evidenzia, per quanto attiene ai settori, “che, in termine di numerosità, il comparto agroalimentare è quello prevalente (44,7%) seguito dai servizi (18,4%) e dalla cooperazione sociale (16,2%) mentre la distribuzione territoriale vede una netta prevalenza dell’area Nord del Paese con il 65,8% delle cooperative, con Emilia Romagna, Lombardia e Trentino A. A. in testa” (Alleanza delle Cooperative italiane, 2014).

9.3 Evoluzione

“Il finanziamento alle imprese da parte delle banche nel corso degli ultimi anni, anche con l’effetto collaterale della crisi che ha colpito i mercati e l’economia in generale, ha subito una significativa contrazione: da un’indagine svolta da Banca Centrale Europea, presso un campione di imprese nel corso del 2013 è emerso che, in media, oltre il 10% delle imprese ha provato a chiedere prestiti alle banche ricevendone un rifiuto.

In tale contesto maggiori difficoltà incontrano le PMI italiane ad accedere ai finanziamenti rispetto ai concorrenti europei: nel 2011 l’Italia ha registrato risultati inferiori (*in termini di livello di accesso al credito - ndr*) alla media dell’UE, nella misura del 13% rispetto al 15% della media europea” (Gabrielli et. Al., 2014).

“Si può invece affermare che con il percorso iniziato con i Decreti Sviluppo del 2012 e proseguito appunto fino alla conversione del Decreto Destinazione Italia si sia attuata, grazie soprattutto all’impulso del Ministero dello Sviluppo Economico ed alla sua segreteria, una riforma di liberalizzazione volta a rimuovere ostacoli normativi all’accesso diretto al mercato dei capitali di debito da parte delle piccole e medie imprese non quotate e, in particolare, di quelle aventi un fatturato superiore a 2 milioni.

In generale i ‘minibond’ sono uno strumento finanziario volto ad assicurare alle piccole e medie imprese una ulteriore opportunità di accesso al credito, così da ridurre la loro dipendenza dal sistema bancario creando, anche per le PMI Italiane, un “mercato del debito”, analogamente a quanto già avviene nei sistemi finanziari ed industriali europei più avanzati” (Padovani e Giaretta, 2014).

In questa lunga fase di recessione economico-finanziaria che coinvolge in Europa particolarmente l’Italia, considerando le difficoltà di finanziamento specialmente per le piccole-medie imprese anche per le regole di patrimonializzazione delle banche (‘Basilea 3’), il legislatore ha dato prova di elasticità ed ‘inventiva’ che fa ben sperare per il futuro anche con specifico riferimento alla realtà del Terzo Settore.

10. CROWDFUNDING E SOCIAL LENDING

10.1 Definizione e aspetti caratteristici

Il termine crowdfunding (in italiano “finanziamento di massa”) indica il processo con cui **più persone** (“folla” o crowd) conferiscono **somme di denaro** (funding), anche di modesta entità, per finanziare un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere, utilizzando **siti internet** (“piattaforme” o “portali”).

Nella definizione sintetica di crowdfunding si rilevano quindi:

- la possibilità da parte dei privati di contribuire alla realizzazione di progetti attraverso l'erogazione di somme di denaro che possono essere anche remunerate e restituite nel tempo.
- una valida alternativa ai classici canali di finanziamento per sostenere un'idea con tanti piccoli contributi che messi insieme fanno la differenza
- un sistema di finanziamento che utilizza il web come strumento per incrociare la domanda (ossia i progetti che hanno bisogno di denaro per partire) con le offerte degli internauti.
- un'attività che, attraverso gli strumenti tipici del social networking, permette di trasformare un donatore (o una comunità di donatori) nel promotore di una iniziativa specifica, a cui lo stesso tiene particolarmente.

Quali sono le differenze tra crowdfunding e raccolta fondi online:

- PROGETTO le donazioni vengono devolute ad un progetto specifico
- OBIETTIVO la raccolta fondi ha un obiettivo economico dichiarato (e che quindi, quando raggiunto, porterà a chiudere la raccolta)
- SCADENZA la raccolta fondi ha una durata temporale definita⁷

Il crowdfunding si può riferire a iniziative di qualsiasi genere, dall'aiuto in occasione di tragedie umanitarie al sostegno all'arte e ai beni culturali, al giornalismo partecipativo, fino all'imprenditoria innovativa e alla ricerca scientifica. È spesso utilizzato per promuovere l'innovazione e il cambiamento sociale, abbattendo le barriere tradizionali dell'investimento finanziario. Negli ultimi anni, sempre più spesso è stato invocato come una sorta di panacea per tutti i mali e un'ancora di salvezza per le economie colpite dalla crisi finanziaria.

Molti ritengono che il crowdfunding moderno sia una rielaborazione di pratiche storiche risalenti al '700 e all'800.

Alla fine dell'800, la rivista “The World”, di proprietà di Joseph Pulitzer, lanciò una raccolta di fondi dal basso per finanziare il piedistallo e l'installazione della Statua della Libertà, dopo che il Comitato preposto era riuscito a raccogliere solo 150.000 dei 300.000 dollari necessari.

Colui che ha portato alla notorietà il crowdfunding oltreoceano è Barack Obama, pagando parte dei costi della sua campagna elettorale per la presidenza con i soldi donati dai suoi elettori, i quali erano i primi portatori di interesse.

Il crowdfunding⁸ può rappresentare una opportunità di rilancio per l'Italia, molto più che in altre realtà nazionali. Infatti il tessuto imprenditoriale italiano è composto di moltissime piccole e medie imprese, che hanno sofferto e soffrono maggiormente della stretta creditizia che ha investito la maggior parte dei paesi sviluppati.

Le imprese di dimensioni medio-piccole sono le stesse che possono trarre grandi benefici nell'utilizzo intelligente del crowdfunding, per far partire un nuovo progetto senza alcuna necessità di esporsi con le banche specialmente per investimenti di valore medio-piccolo (diciamo fino ad un massimo di 500.000-1.000.000 euro), oltre ad essere un ottimo modo per farsi conoscere.

⁷ http://it.wikipedia.org/wiki/Crowd_funding

⁸ <https://www.limoney.it/news/4-crowdfunding-e-pmi-istruzioni-per-l-uso>

10.2 Articolazione del crowdfunding: le tipologie

Le piattaforme di crowdfunding hanno caratteristiche diverse. È possibile classificarle in quattro categorie:

- **Reward-based** prevede una ricompensa: chi decide di investire su un progetto o comunque dare il suo contributo per vederlo un giorno realizzato, riceve una ricompensa non in denaro (ad esempio, si finanzia uno spettacolo teatrale e in cambio si ottiene il biglietto per assistere alla sua rappresentazione). Tale ricompensa varia in base all'investimento fatto ed in base al progetto sostenuto.
- **Donation-based** consente di fare donazioni per sostenere una determinata causa o iniziativa, senza ricevere nulla in cambio: ad esempio, si sostiene la campagna elettorale di un candidato con lo scopo di favorirne l'elezione, come nel caso di Barack Obama.
- **Lending-based** (denominato anche **"social lending"** o **"peer to peer lending"**) si basa sulla creazione di una comunità nella quale i **Richiedenti** (coloro che richiedono un prestito) e i **Prestatori** (coloro che investono il proprio denaro prestandolo ad altri) possono interagire direttamente tra loro, senza ricorrere ad intermediari, ottenendo così condizioni migliori per entrambi: tassi più bassi per chi ottiene il prestito e interessi più alti per chi presta denaro. All'interno della comunità si crea in questo modo un mercato, nel quale i tassi correnti sono determinati solo e soltanto dall'incontro diretto tra domanda e offerta.
- **Equity-based** consente, tramite l'investimento on-line di acquisire un vero e proprio titolo di partecipazione in una società: in tal caso, la "ricompensa" per il finanziamento è rappresentata dal complesso di diritti patrimoniali e amministrativi che derivano dalla partecipazione nell'impresa.
- **Crowdfunding ibrido** è la combinazione di più tipologie, tra le quali prevalgono in generale Reward e Donation

Quelli sopra descritti peraltro sono modelli esemplificativi e non esauriscono l'insieme delle forme di crowdfunding esistenti a livello globale. Si sta ad esempio diffondendo il nuovo modello "royalty based" nel quale si finanzia una determinata iniziativa ricevendo in cambio una parte dei profitti.

10.3 Normativa di riferimento⁹

Nella maggior parte dei Paesi in cui operano portali di crowdfunding, il fenomeno non è soggetto a regolamentazione ed è fatto pertanto rientrare nell'ambito di applicazione di discipline già esistenti (appello al pubblico risparmio, servizi di pagamento, ecc.).

L'Italia è invece il primo Paese in Europa ad essersi dotato di una normativa specifica e organica relativa al solo equity crowdfunding. In qualche caso però, soggetti che erano partiti prima, sono rimasti congelati nel nuovo quadro regolamentare.

Proprio a un particolare tipo di start-up (quelle innovative) sono dedicate alcune norme introdotte dal decreto legge n. 179/2012 (convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221) recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" (noto anche come "Decreto crescita bis").

Il Decreto ha delegato alla Consob il compito di disciplinare alcuni specifici aspetti del fenomeno con l'obiettivo di creare un "ambiente" affidabile in grado, cioè, di creare fiducia negli investitori. La Consob ha adottato il nuovo regolamento il 26 giugno 2013.

Per quanto riguarda gli altri modelli, il reward e il donation based ricadono sotto la disciplina delle donazioni.

Le piattaforme di social lending sono riconosciute e regolate dalla Banca d'Italia.

⁹ www.consob.it/documenti/crowdfunding/equity_crowdfunding_v3.pdf

10.4 Il mercato del crowdfunding in Italia

Il testo di riferimento sul mercato del crowdfunding in Italia è la pubblicazione “*Analisi delle Piattaforme Italiane di Crowdfunding*” (Castrataro e Pais, 2014) continuamente aggiornata attraverso le edizioni successive.

Da questa pubblicazione sono tratti i dati e le considerazioni di questo paragrafo.

Il crowdfunding in Italia è nato con “Produzioni dal basso”, nel 2005, cui hanno fatto seguito altre esperienze pionieristiche fino al 2011, l'anno di scoperta dello strumento, con l'avvio di 10 nuove attività, seguite da altre 5 nel 2012. Ma il vero picco si registra negli ultimi anni.

L'idea di aprire questa piattaforma è venuta prevalentemente dal contatto con esperienze straniere (soprattutto americane, ma nell'ultimo anno anche europee) e dalla volontà di replicarle nel nostro Paese.

Alcune sono nate con obiettivi precisi, come l'esigenza da parte delle ONP di rendere sostenibili finanziariamente i propri progetti e di coinvolgere in modo nuovo e fidelizzante i propri sostenitori.

La progettualità in Italia è in crescita ma ancora limitata, soprattutto se si considera l'alto numero di piattaforme attive. L'offerta sembra crescere più velocemente della domanda.

Dati statistici

Il documento citato di Castrataro e Pais riporta le seguenti statistiche relative all'insieme delle piattaforme intervistate:

	Progetti ricevuti	Progetti pubblicati	Finanziati > 100%	Finanziati > 100%	Valore	Numero piattaforme
Reward-Based	2230	640	30	295	1.045.500	19
Donation-Based	1323	1216	215	919	1.763.000	7
Lending-Based	38.157	7.588	0	2.906	23.488.000	2
Equity-Based	160	4	0	1	160.000	2
Reward+Donation	6487	3361	624	582	4.164.550	11
	48.357	12.809	869	4.703	30.621.050	41

In Italia il valore complessivo dei progetti finanziati è pari a poco più di 30 milioni di euro, con una crescita di 7 milioni rispetto alla rilevazione di ottobre 2013, a cui concorrono in misura rilevante le piattaforme lending-based (77%).

I progetti ricevuti dalle piattaforme dal momento del loro lancio sono n. 48.357, di cui:

- 79% dalle piattaforme di lending-based,
- 21% dalle piattaforme di reward e donation e
- solo lo 0.3% dalle nuove piattaforme di equity.

L'80% delle piattaforme compie una selezione dei progetti da pubblicare. Quelli approvati/pubblicati sono 12.809 (26% del totale): il 59% sono lending-based, il 41% reward e donation.

Il tasso di successo è pari mediamente al 76% nelle donazioni, 46% nel reward-based, 38% nel lending-based.

I progetti finanziati sono prevalentemente sociali (63%) seguiti a distanza da quelli creativi (23%), mentre i progetti imprenditoriali rappresentano solo il 14% del totale.

Si evidenzia molto la volontà di dare un sostegno all'arte e alla cultura, alla crescita delle comunità locali e all'innovazione nel territorio, come "strumento di contrasto alla crisi socio-economica".

Il mercato di riferimento è prevalentemente nazionale, con l'eccezione di tre piattaforme che si posizionano sul mercato europeo e due anche sul mercato extra-europeo.

Il 62% delle piattaforme si rivolgono a persone singole, che possono proporre i propri progetti. Il 56% dei portali si rivolge anche ad Aziende e Associazioni, il 26% si rivolge anche alle PA.

La maggior parte delle piattaforme ha sede nel nord Italia; Milano, sede operativa di 10 piattaforme, è la capitale del crowdfunding italiano.

La forma giuridica prevalente sembra essere la Srl, ma quasi 1/3 delle piattaforme attive hanno scelto di non registrarsi al registro di imprese.

Per quanto riguarda il personale, il 44% non ha dipendenti. Il 24% non ha collaboratori stabili; tra chi ne ha, la media è di 3,5. Il 58% dispone di collaboratori occasionali, in media 2. Complessivamente, le persone che operano nella piattaforma sono in media 5.

Altri servizi offerti dalle piattaforme

Altri servizi tipicamente offerti dalle piattaforme, per i quali in alcuni casi è previsto un pagamento, sono:

- aree riservate di Q&A per i clienti e per i sostenitori,
- forum per mettere in contatto donatori e progettisti di iniziative di crowdfunding;
- tutoring e mentoring prima, dopo e durante la campagna di crowdfunding (inclusa la consulenza su realizzazione video e materiale promozionale, gestione comunicazione, eventi anche con presenza fisica dello staff durante la raccolta fondi);
- crowdsourcing (creazione della base sociale a cui proporre un progetto di crowdfunding);
- raccolta firme;
- uso di app Facebook e Twitter per promuovere il progetto e mostrarne l'andamento in tempo reale su queste network.

Le piattaforme gestite da banche o istituti finanziari gestiscono tutte le operazioni di incasso dei doni e dei prestiti, di restituzione dei prestiti ai singoli prestatori, e la fiscalità.

Il 67% delle piattaforme prevede il monitoraggio dei progetti dopo il finanziamento.

Costi

Oltre un quarto delle piattaforme intervistate offre i propri servizi in maniera gratuita e le restanti chiedono una fee che in media è pari al 6.5% del raccolto, a partire da un minimo di 2.5% fino a toccare picchi di 10-15%.

10.5 Il mercato del crowdfunding all'estero¹⁰

Secondo i dati del “*Massolution Report 2013 - The Crowdfunding Industry*” nel 2012 il crowdfunding è cresciuto nel mondo dell'81%, raggiungendo la cifra di 2,7 miliardi di dollari, con 1 milione di campagne finanziate con successo.

Per il 2013 era previsto un raddoppio dei volumi globali, con il raggiungimento della quota di 5,1 miliardi di dollari. Questa cifra è stata invece raggiunta già a luglio 2013, per cui si stima che alla fine del 2013 i volumi siano stati molto più elevati.

In Europa la crescita dell'industria del crowdfunding si è attestata al 65%, con un risultato di 945 milioni di dollari, secondo le rilevazioni del 2012.

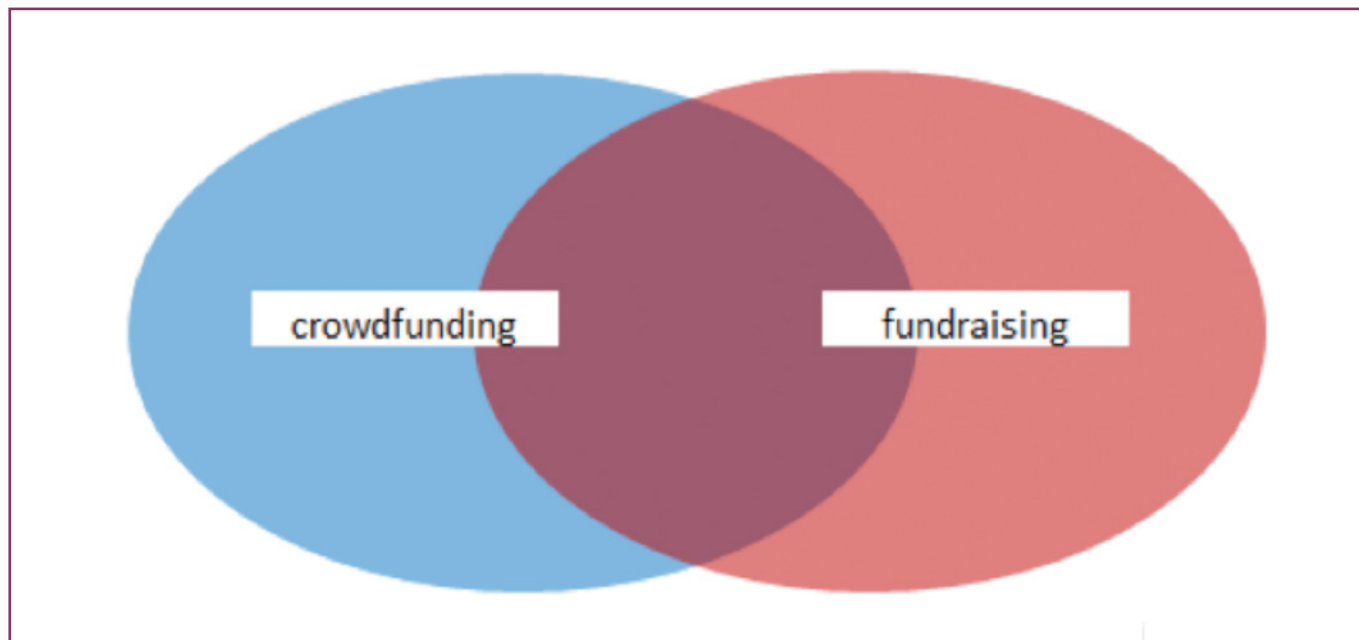
La gran parte del traffico del crowdfunding è generato dall'Europa occidentale, con alcuni Paesi che vantano il tasso di attività e raccolta maggiore: Regno Unito (63% del volume europeo), seguita da Germania, Polonia, Francia, Italia e Spagna.

10.6 Crowdfunding per il terzo settore in Italia

Crowdfunding e fundraising

Le considerazioni sulle opportunità che il crowdfunding può offrire per le PMI valgono a maggior ragione per le organizzazioni NP.

Il crowdfunding per il nonprofit è una forma di fundraising che permette a più persone di mettere in comune risorse e sforzi per finanziare un progetto di utilità sociale, secondo un principio di collaborazione che parte dal basso.



Le forme di interesse per questo settore sono principalmente il crowdfunding *donation based* e quello *reward based*.

¹⁰ <http://digitalmagics.com/archives/digital-magics-investe-in-derev/>

Un prerequisito per il crowdfunding: la comunità di riferimento

In generale l'elemento comunità e il legame con il territorio, sembrano essere un prerequisito necessario per qualsiasi progetto di crowdfunding: ciò a causa dell'inclinazione degli italiani ad essere molto aperti e fiduciosi verso le persone che fanno parte della loro comunità più immediata. A sua volta un progetto di crowdfunding di successo rafforza il legame che tiene insieme la comunità coinvolta.

Il coinvolgimento di una comunità di riferimento, fortemente interessata al progetto, è fondamentale per tutti i progetti di crowdfunding ma acquista un'importanza ancora maggiore nelle iniziative a favore di una causa sociale.

Un altro componente importante: il personal fundraiser

Il 10 luglio Seth Godin, guru del marketing online, ha pubblicato un articolo con cui annunciava il suo "ennesimo" compleanno e la rinuncia ad ogni "solito" regalo, anzi la rinuncia al proprio compleanno, addirittura la messa in vendita del suo compleanno. Chiedeva dunque alle migliaia di lettori del suo blog di "comprare il suo compleanno" facendo una donazione online al progetto Charity Water, una ONP con la missione di portare impianti di acqua potabile in paesi del terzo mondo.

In questa circostanza, Seth Godin ha assunto il ruolo di "personal fundraiser".¹¹

Ogni singolo individuo, sensibilizzando la propria rete di contatti, può sostenere attivamente un'organizzazione nonprofit e diventare Personal Fundraiser attivando una campagna di raccolta fondi, cioè una vera e propria colletta online.



¹¹ Personal Fundraising: Il crowdfunding con una marcia in più, documento di "Rete del dono"

Il personal fundraising, attraverso gli strumenti del social networking, cerca di trasformare ogni donatore (di soldi o di tempo) in un fundraiser senza intermediari, con modalità più o meno decentrate, e in maniera assolutamente trasparente.

Con il meccanismo del personal fundraising le campagne di raccolta fondi aumentano la loro viralità e la loro potenzialità di coinvolgimento.

10.7 Come impostare un progetto di crowdfunding

“Il crowdfunding per il nonprofit è canale e strumento allo stesso tempo, e in quanto tale, deve essere conosciuto, “maneggiato” e pianificato con cognizione di causa, affinché non esaurisca ma incrementi, il capitale di fiducia, sociale e umano, di cui ogni ente nonprofit necessita per sopravvivere”¹².

Per alcune considerazioni che seguono si fa riferimento al servizio “Crowdfunding, la finanza del tutti per uno” pubblicato nel numero 3, marzo 2013, della rivista *Vita*.

Nell'inchiesta di *Vita*, Daniela Castrataro fa le seguenti considerazioni:

“C'è un gap molto alto tra i pochi esperti già formati che sanno fare fundraising sui nuovi strumenti social e chi invece propone attraverso le piattaforme di crowdfunding progetti inadeguati, o in modo inadeguato rispetto allo strumento e alle sue regole.

Nella foga della corsa al crowdfunding, ancora troppi sono convinti che basti mettere il proprio progetto su una piattaforma e automaticamente si trova chi è disposto a dare i soldi. Ma è molto più complicato di così. Quello che all'apparenza è uno strumento semplice, basilico, diretto, è in realtà un meccanismo con tante regole non scritte che determinano il successo o meno dell'iniziativa.

Bisogna conoscere in maniera raffinata le logiche dei social media, ed è necessario avere solide basi di project management. Avere in mente una strategia chiara e definire un piano editoriale compiuto, che tenga alto l'interesse dei potenziali donatori per tutta la durata della campagna”.

Secondo *Vita*, ci sono alcune regole da seguire per aumentare le probabilità di successo:

- L'oggetto della raccolta non deve essere il finanziamento dell'ONP ma quello di un progetto finalizzato su obiettivi precisi, con fabbisogni di finanziamento ragionevoli (la media si colloca tra 5.000 e 10.000 euro).
- La presentazione del progetto deve essere efficace ed emotivamente coinvolgente. Il donatore ha poco tempo da dedicare ad una specifica proposta e deve scegliere tra una massa di altre proposte.
- Al donatore deve essere assicurato un chiaro beneficio, sia esso materiale o valoriale.
- Occorre il coinvolgimento del network “preesistente” di relazioni sociali e personali dell'organizzazione e dei propri membri.
- La proposta avrà maggior successo se i leader del progetto si spendono in prima persona nella sensibilizzazione del network.

A queste regole se ne possono aggiungere altre:

- le campagne di crowdfunding sono un'occasione di esposizione della ONP nell'ambiente esterno; pertanto il progetto deve essere strettamente integrato nella politica e nelle iniziative di comunicazione esterna e mirare ad un effetto sinergico con le stesse.
- Il territorio deve essere un riferimento fondamentale del progetto.

Infine, per scegliere una piattaforma, questi sono i punti da valutare:

- Chi utilizza la piattaforma?

¹² Paola Palmerini su blog.crowdfuture.net

Verificare che la tipologia di utenti della piattaforma (finanziatori e beneficiari) sia in linea con quella della propria organizzazione, anche esaminando il mix di progetti e le storie che sono presentati nel sito.

- Quali funzionalità sono incluse?

Considerare tutte le funzionalità di base e i servizi accessori che sono offerti e scegliere la piattaforma che meglio si adatta alle esigenze di raccolta di fondi, non necessariamente quella più attraente o più ricca di proposte. La semplicità è d'obbligo se l'utilizzo del crowdfunding è agli inizi, comunque è importante la disponibilità di strumenti di comunicazione con i propri sostenitori (durante e dopo la campagna) e di strumenti di monitoring dell'andamento della campagna.

- Qual è la struttura dei prezzi?
- Valutare i prezzi o chiedere tutte le informazioni aggiuntive, se non sono disponibili on line. Alcune piattaforme prevedono canoni mensili o annuali, e ulteriori commissioni per la gestione dei pagamenti. Bisogna considerare l'intero pacchetto, tenendo conto del proprio budget.

10.8 Piattaforme di interesse per il nonprofit

In questa sezione, sono citate alcune piattaforme di crowdfunding operanti in Italia, che operano in modo prevalente per il nonprofit e altre che operano anche per il nonprofit.

Piattaforme per il nonprofit

Terzo valore (Banca prossima)¹³

È una piattaforma ibrida: lending based e donation based.

Quali sono i requisiti che un progetto sociale deve avere per trovare spazio su Terzo Valore? I criteri sono dupli:

- criteri di selezione basati su alcune caratteristiche oggettive dell'organizzazione Nonprofit proponente
- criteri di ammissione del progetto stesso: la sostenibilità economica viene valutata con un'istruttoria creditizia, l'utilità sociale invece con un'istruttoria sociale più generale del progetto.

Entrambe le istruttorie vengono eseguite da Banca Prossima, a garanzia della sostenibilità dei progetti sociali che accedono al prestito dei sostenitori.

Chi presta trova un'ulteriore tutela nel fatto che la banca è la prima a prestare l'importo necessario ai progetti attraverso un suo finanziamento a tassi di mercato (con il minimo di un terzo del valore richiesto). I Sostenitori sono così invitati a completare l'ammontare necessario alla realizzazione del progetto (un mix tra prestito e dono scelto dall'organizzazione nonprofit) entro 30 giorni dall'apertura della raccolta.

Infine, non ultima, è la trasparenza: Terzo Valore richiede ai debitori di rendicontare periodicamente i Sostenitori che hanno prestato sullo stato del progetto finanziato, dall'avvio dei lavori al pagamento dell'ultima rata.

Le due linee di crowdfunding sono **Donobene** e **Prestobene**.

Con **Donobene** il dono non finisce mai: infatti l'Organizzazione Nonprofit a cui lo si dà si impegna a trasferirlo ad altri enti dopo averlo usato, ad esempio per fronteggiare un'emergenza. Si attiva così una cordata solidale che, di progetto in progetto, rinnova il valore del dono e lo fa durare per sempre.

Con **Prestobene** si presta denaro a un'Organizzazione Nonprofit: una volta scelto il progetto, si definisce la somma che si intende prestare, il tasso di interesse - tra zero e il livello massimo indicato dall'organizzazione che presenta il progetto - e i tempi per la restituzione (da 12 a 120 mesi), con rata di rimborso semestrale.

Con PrestoBene l'importo del prestito varia da un minimo di 500€ a un massimo di 10.000€ per le persone fisiche e di 50.000€ per le persone giuridiche.

¹³ www.terzovalore.com/

Un esempio può essere rappresentato dal “Restauro del Campanile di San Zenone degli Ezzelini”¹⁴



Il progetto: il campanile è un simbolo per il paese, in quanto ben si distingue per la sua figura a forma di torre: costruito nel 1888 ad ispirazione della torre campanaria della Pieve del Castellaro, che tutti conosciamo come la Torre degli Ezzelini. dopo tanti anni la pietra del rivestimento esterno presentava dei cedimenti. Vista la posizione, rappresentava un potenziale pericolo per quanti si trovavano a transitare nei pressi, soprattutto bambini che frequentavano l'oratorio.

Il contributo: è stato chiesto di contribuire, con modalità prestobene e dono, al raggiungimento dell'importo di 140.000 €, necessario al completamento di un progetto di pari valore.

Le condizioni di restituzione: rimborso del prestobene in 120 mesi, mediante il pagamento di rate semestrali che comprendono quota capitale e quota interessi (amm.to alla francese) ad un tasso massimo del 2%; possibilità di ottenere il rimborso anticipato del prestito, decorsi almeno 18 mesi dalla data di perfezionamento dello stesso secondo quanto indicato nel regolamento di Terzo valore.

Il risultato: il progetto ha raggiunto il suo obiettivo di raccolta e potrà essere realizzato!

Al 10 aprile 2014 sono stati pubblicati progetti per 8,7 milioni di euro raccogliendo prestiti per 3,65 milioni di euro da 837 prestatori e 638 mila euro da 102 donatori (Rapporto G7).

ilMioDono (Unicredit)¹⁵

Accedendo al sito si possono conoscere le organizzazioni non profit aderenti all'iniziativa di UniCredit, scoprire in quali territori operano e le iniziative nelle quali sono impegnate.

Ciascuna Organizzazione Non Profit ha la possibilità di scrivere autonomamente le pagine a loro dedicate, raccontando così dei progetti nei quali sono impegnate e dove puoi scegliere di devolvere denaro. Infatti è inoltre possibile effettuare in un ambiente internet sicuro e protetto, donazioni che sono prive di costi per chi le effettua e per chi le riceve.

¹⁴ <https://www.terzovalore.com/terzovalore/progetti/dettaglio?idProgetto=349>

¹⁵ www.ilMioDono.it

Notizie, inviti ad eventi, fotografie di momenti importanti e ricordi dei traguardi raggiunti, tutto questo per tenere aggiornato chi desidera dare loro un aiuto. Inoltre le Organizzazioni partecipano di diritto ai vari contest organizzati da UniCredit, pensati per promuovere il traffico sul sito e quindi conoscere (e magari beneficiare con donazione) le iniziative delle organizzazioni online. Si segnala in particolare l'iniziativa "Un voto, 200.000 aiuti concreti" con la quale il pubblico indistinto è invitato a votare la propria Organizzazione preferita per destinare quota parte della donazione messa a disposizione da UniCredit (solitamente € 200.000). Le organizzazioni non profit per entrare a far parte dell'iniziativa 'ilMioDono' devono rispettare determinati requisiti, tra cui ad esempio:

- essere costituite da almeno 3 anni
- avere sede in Italia
- essere comprese, da almeno 3 anni, nell'ambito di applicazione della legge nota come "Più dai meno versi" (l. 80/2005) come potenziali destinatari di donazioni fiscalmente deducibili per garantire un adeguato livello di selezione delle Organizzazioni presenti nel sito e tutelare i potenziali donatori nonché la reputazione del sito stesso.

Rete del dono¹⁶

È una piattaforma donation based.

Le ONP possono promuovere i loro progetti iscrivendosi al portale.

I sostenitori (Personal Fundraiser) possono sostenere le campagne di crowdfunding con iniziative personali di raccolta fondi.

Una modalità operativa significativa di Retedeldono è quella di trasformare ogni evento - ad esempio "Partecipa alla UniCredit Run Tune Up" di Bologna, "Venicemarathon Charity Program" di Venezia, ecc. - in un'opportunità di raccolta fondi a favore di progetti di utilità sociale.

Ogni ONP iscritta al portale può monitorare la propria raccolta fondi accedendo alla sua area privata: per ogni transazione avvenuta a suo favore potrà controllare l'importo donato, la commissione bancaria applicata, l'importo netto ricevuto.

Un'ampia documentazione sulle attività di rete del dono è disponibile sul canale di Slideshare¹⁷.

Iodono

È una piattaforma donation based.

Iodono vuole offrire ad ogni ONP iscritta la stessa opportunità di aumentare la propria raccolta fondi nonché i propri sostenitori senza dimenticare le organizzazioni più piccole, le quali non possono investire in tecnologie o in personale e che in Iodono possono trovare uno strumento di raccolta fondi economico, semplice e sicuro.

L'obiettivo è anche di permettere alle persone di raccogliere fondi per le ONP e per le cause a loro più vicine (Personal Fundraising): si può cioè "donare il proprio tempo" alla raccolta fondi che si desidera promuovere.

Shinynote

Shinynote è un social network dedicato al mondo delle organizzazioni nonprofit e riserva un angolo anche alla politica, anzi alla «buona politica»

Su Shinynote le protagoniste sono le storie. Si possono trovare progetti di utilità sociale e le istituzioni pubbliche, le aziende, i privati e le associazioni hanno modo di incontrarsi e condividere i propri interessi reciproci. Con le storie, si possono portare avanti progetti e campagne, legate al mondo del nonprofit e

¹⁶ <http://www.retedeldono.it>

¹⁷ <http://www.slideshare.net/Retedeldono>

del volontariato stimolando la partecipazione alle buone cause, non necessariamente attraverso un contributo economico a loro favore.

Buonacausa

È una piattaforma donation based che consente ad associazioni, testimonial, aziende, donatori e attivisti di collaborare su iniziative e progetti di valore sociale.

Il progetto è gestito senza scopo di lucro dall'Associazione Treeware, che per propria politica non trattiene commissioni sulle donazioni ma si sostiene con l'aiuto di sponsor.

Altre piattaforme

Smartika¹⁸

È una piattaforma lending based, 'peer-to-peer lending'.

Smartika consente la conclusione sulla propria piattaforma software di accordi di prestito tra privati e gestisce i successivi servizi di pagamento tra le parti, i Prestatori e i Richiedenti.

Come funziona?

- i Prestatori attivano le loro offerte su Smartika, indicando importo e durata del prestito, tasso desiderato e tipologia dei Richiedenti a cui prestare (A+, A, B, C individuanti diverse classi di merito creditizio o K per i senza storia creditizia). Per diversificare il rischio l'offerta viene suddivisa in 50 parti: il Prestatore che mette in offerta 1.000 € presterà a 50 diversi Richiedenti 20 € ciascuno;
- Smartika controlla che il Richiedente del prestito abbia un profilo creditizio adeguato e, in caso positivo, lo assegna in base al suo profilo a una delle classi di merito creditizio;
- la piattaforma compone il prestito con le offerte presenti e il Richiedente decide se accettare la proposta di prestito. L'approvazione finale avviene sulla base di un'attenta valutazione della documentazione fornita dal Richiedente;
- il Richiedente si riconosce contrattualmente debitore dei Prestatori;
- i Richiedenti ripagano le rate mensili via addebito automatico;
- i flussi di denaro tra Prestatori e Richiedente avvengono attraverso conti di pagamento a loro intestati, tutelati per legge.

A luglio 2014 sono stati erogati 2.424 prestiti per un ammontare complessivo pari a 13,74 milioni di euro.

Derev¹⁹

È una piattaforma donation based.

La campagna di raccolta fondi promossa da DeRev per la ricostruzione della Città della Scienza di Napoli - distrutta da un incendio doloso il 4 marzo 2013 - dimostra le enormi potenzialità del crowdfunding diffuso tra i cittadini e si conferma oggi come la campagna di crowdfunding di maggior successo mai realizzata in Italia, con 1,1 milioni di euro raccolti e oltre 2.000 finanziatori.

DeRev propone un nuovo modello di business basato sul "*civic crowdfunding*" che può intervenire quando la pubblica amministrazione non riesce a risolvere il problema da sola, dando vita a un processo virtuoso ed etico che coinvolga in prima persona anche comuni, assessorati ed enti pubblici.

Anche le pubbliche amministrazioni (comuni, province, regioni ed enti pubblici) possono lanciare campagne di raccolta fondi per finanziare progetti e opere di pubblico interesse, come il restauro di monumenti e aree pubbliche, la realizzazione di iniziative o eventi nella propria città, e lo sviluppo di servizi innovativi

¹⁸ www.smartika.it/

¹⁹ www.derev.com/it/

per il trasporto pubblico e il miglioramento della vita cittadina.

Nel maggio 2013, Forbes ha citato Derev come la prima piattaforma di crowdfunding in Italia.

DeRev mantiene un canale aperto con le istituzioni, aziende, partiti politici e organizzazioni professionali, università, incubatori, con l'obiettivo di diffondere e sostenere l'innovazione sociale, in particolare nel campo delle arti e della cultura, dell'impresa e della tecnologia.

Produzioni dal basso²⁰ (partnership con Banca Etica)

Produzioni dal basso (Pdb) è una piattaforma reward-based e donation-based che, dal 2005, è predisposta sia per progetti che prevedano donazioni in cambio di ricompensa (dette anche donazioni modali) sia per progetti che richiedano donazioni semplici, senza nulla in cambio.

Pdb è una piattaforma generalista e orizzontale quindi è possibile proporre ogni tipo di progetto in modo disintermediato e senza filtri in ingresso.

Una delle caratteristiche significative di Pdb è la scheda progetto che diventa una vera e propria consolle di racconto (storytelling) oltre che, ovviamente, di raccolta fondi (crowdfunding). Si potranno associare i propri account social e settare un hashtag (#) della campagna, mantenendo vive le interazioni con i propri sostenitori.

Altra caratteristica è la possibilità di creare network, per aggregare progetti sotto un unico nome e quindi offrire una maggiore visibilità, una migliore organizzazione dei contenuti e una serie di servizi utili alla promozione e alla comunicazione con la propria community di riferimento.

Banca Popolare Etica ha creato un network, basato su Produzioni dal Basso, per disporre di uno spazio online dove le organizzazioni e le persone socie e clienti della banca possono raccogliere, attraverso il crowdfunding, fondi per realizzare i propri progetti di promozione artistica, culturale, sociale e ambientale, con il coinvolgimento diretto di persone e organizzazioni.

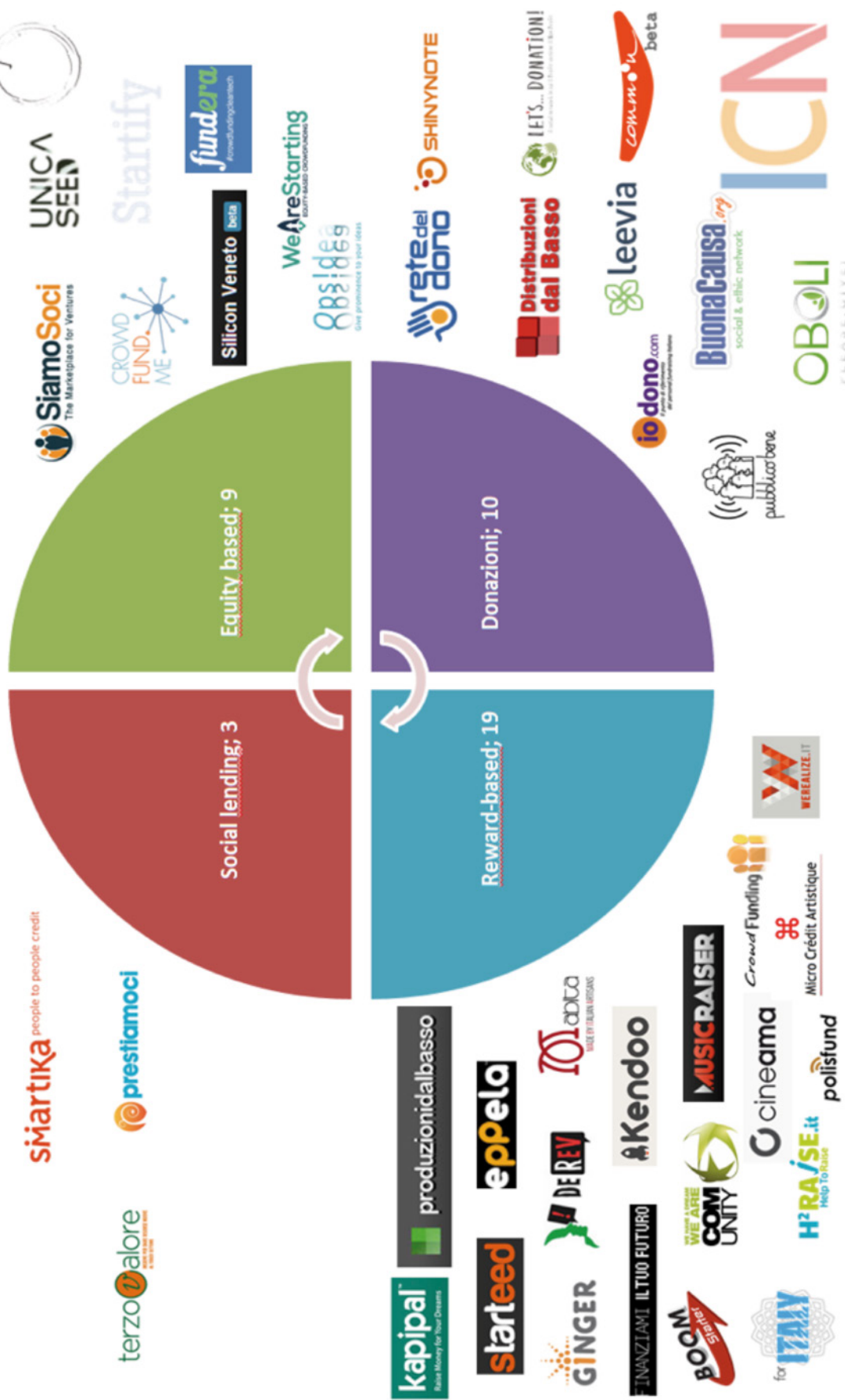
L'accordo di partnership nasce per dare impulso a nuovi modelli economici a partire dalla condivisione di valori: da un lato quelli della finanza etica e dall'altro quelli riscontrabili nel Codice Etico di Produzioni dal Basso.

Mappa del crowdfunding in Italia

Il grafico seguente rappresenta il mondo del crowdfunding in Italia, alla fine del 2013, con la collocazione delle diverse piattaforme, distribuite nelle diverse tipologie.

²⁰ <https://www.produzionidalbasso.com/>

Piattaforme di crowdfunding in Italia



11. MICROFINANZA

11.1 Microfinanza: definizione

Il settore finanziario classico è costituito da banche e da altri istituti finanziari regolamentati i cui servizi sono destinati ad una determinata tipologia di clientela considerata "bancabile" sulla base di diversi fattori quali il reddito percepito, la situazione contrattuale e soprattutto la possibilità di concedere garanzie formali.

I soggetti esclusi dal sistema finanziario tradizionale, sia nelle economie avanzate sia nei paesi in via di sviluppo, a causa della non disponibilità di garanzie, degli alti costi di istrusione e delle pratiche, della mancanza di informazioni relative alla loro storia creditizia (asimmetria), etc. spesso si rivolgono alla finanza informale dove le operazioni non sono registrate né regolarmente tassate e, nella peggiore delle ipotesi, finiscono per precipitare nel giro dell'usura.

Per questo la microfinanza interviene cercando di creare prodotti ad hoc, in maniera da ampliare l'offerta finanziaria anche per coloro che ne rimangono esclusi.

Per *Microfinanza* quindi ci si riferisce a quei prodotti e servizi finanziari offerti da istituti bancari specializzati o da altre Istituzioni finanziarie non bancarie a **clienti** che per la loro condizione economico-sociale hanno **difficoltà di accesso** al settore finanziario tradizionale (Viganò, 2004).

Inoltre la microfinanza è uno strumento di sviluppo che sfugge alle logiche assistenzialistiche e che vede nei "poveri" un forte potenziale di sviluppo economico-sociale per le comunità a cui appartengono.

11.2 Prodotti e servizi della microfinanza

La Microfinanza si articola in un vasto insieme di strumenti: Microassicurazione, Microleasing, Housing Microfinance, Canalizzazione rimesse degli immigrati e Microcredito.

Il *Microcredito* a tutt'oggi è la parte preponderante della Micro finanza.

Anche altri prodotti si stanno diffondendo con successo ed altri ancora dovrebbero essere maggiormente sviluppati data la forte e crescente domanda in tutto il mondo:

- Servizi di risparmio: la possibilità di aprire conti correnti in cui depositare i risparmi;
- Canalizzazione delle Rimesse: la creazione di servizi che consentano un facile trasferimento dei flussi di denaro inviati dagli immigrati verso le loro terre di origine.
- Micro-Assicurazioni: piccole assicurazioni sulla vita, malattia, incidenti, disastri naturali, furto, volatilità dei prezzi delle merci etc.
- Sistemi di Pagamento: la diffusione di metodi di pagamento più sicuri come bancomat e carte di credito.
- Microleasing: leasing su piccola scala.
- Housing Microfinance: è un credito alle famiglie, alle microimprese e ai piccoli risparmiatori al fine di apportare miglioramenti o ampliamenti alle proprie abitazioni.

Nel Nord del mondo esistono altre forme di credito che, da alcuni autori, vengono considerate come microcredito. Tra queste citiamo ad es. il credito anti-usura e il credito d'onore.

11.3 Microcredito

Definizione

Il *Microcredito*, che a tutt'oggi è la parte preponderante della microfinanza, si basa sulla fiducia che viene data alle persone **prive di garanzie materiali** per la restituzione del credito concesso ma che hanno un'idea buona per guadagnarsi da vivere e non solo. Seguendo questo principio, oggi piccole esperienze si sono trasformate in una forma di finanziamento collaudato e replicato in tutto il mondo, con una certezza in più: la povertà, se c'è la volontà, può essere sconfitta.

Il microcredito si propone come uno strumento di sviluppo economico che fa fronte all'esclusione finanziaria e favorisce la democratizzazione del credito. Altra funzione del microcredito è quella di consentire il superamento di momentanee difficoltà 'di cassa' da parte di famiglie coinvolte in eventi straordinari (lutti, matrimoni, ...).

Quindi, il microcredito è, secondo Ciravegna e Limone (2007), la: "Particolare forma di credito caratterizzata da importi di basso ammontare e senza vincoli di garanzia dati a persone povere".

I due autori sostengono inoltre che "il microcredito si basa su alcuni semplici principi, che è possibile riscontrare in quasi tutte le esperienze esistenti nel mondo:

- adattamento dei prestiti ai bisogni del cliente: somme modeste, procedure semplici e tempi rapidi;
- sistema di garanzie che tenga conto dell'assenza di beni e di capitale proprio dei destinatari: l'incentivo al rimborso si basa sui prestiti di volume progressivamente crescente, sui gruppi di contraenti che si garantiscono a vicenda, sul rapporto di fiducia tra il contraente e l'agente, sulle reti di riferimento;
- recupero adattato alle esigenze del cliente: mediamente scadenze frequenti e di piccola entità;
- copertura dei costi tramite il tasso di interesse e le commissioni, per raggiungere in breve la piena sostenibilità".

Altra definizione di microcredito mutuata da Accion 2007:

"È un prodotto della microfinanza che consiste nella fornitura di servizi di credito a piccoli imprenditori a basso reddito per l'avviamento e lo sviluppo di impresa. In alcuni casi la concessione del credito è accompagnata dall'offerta di servizi di consulenza, supporto per lo sviluppo del business ed accompagnamento nell'iter procedurale. Il credito è concesso in ammontare limitato ad un solo individuo (prestito individuale) o ad un gruppo di persone solidalmente responsabili (prestito di gruppo) come spesso avviene nelle esperienze dei paesi in via di sviluppo. In quest'ultimo caso, la responsabilità congiunta di un gruppo di persone alla restituzione del prestito, può operare come sostitutivo delle garanzie formali in quanto un soggetto moroso rischia ripercussioni sociali da parte del gruppo stesso."

È importante sottolineare che il microcredito non viene erogato per consentire l'acquisto di beni di consumo, pratica che si sta notevolmente diffondendo nei paesi del nord del mondo, ma per favorire lo sviluppo di una attività imprenditoriale che riesca a sua volta a creare reddito ed occupazione o per ragioni socio-assistenziali per importi bassi e per ragioni ben delimitate.

11.4 Aspetti operativi del microcredito in Italia

Enti coinvolti

In Italia, il microcredito viene erogato mediante il coinvolgimento di una o più istituzioni:

- Le banche erogano materialmente il credito offrendo i propri servizi di sportello
- Un soggetto pubblico o privato stanziava un fondo di garanzia a copertura delle eventuali perdite a cui le banche potrebbero andare incontro

- Organizzazioni della società civile ed altri Enti Nonprofit si occupano in genere della fase di accompagnamento, consulenza e supporto al cliente durante l'iter procedurale

Le istituzioni di microfinanza possono avere la forma giuridica di:

- Organizzazione Nonprofit
- Banca commerciale/rurale
- Società cooperativa
- Altra Istituzione finanziaria non bancaria

Tassi

I tassi di interesse applicati sul microcredito variano a seconda del contesto macroeconomico di riferimento, e del fatto che l'istituzione sia più o meno orientata a garantire la propria autosufficienza operativa e finanziaria. Nel caso di istituzioni sostenibili (che perdurano nel tempo auto-sostenendosi senza dovere ricorrere a finanziamenti esterni) i tassi applicati vengono fissati in maniera da assicurare la copertura dei costi finanziari, del rischio e dei costi gestionali. Questi ultimi, nel caso del microcredito, risultano essere molto elevati, sia a causa degli alti costi di istruzione delle pratiche che per i costi di supporto e di accompagnamento al cliente, a volte sostenuti durante l'intero iter creditizio. Per quanto riguarda invece la percentuale di rischio è stato dimostrato, a differenza di quanto si possa pensare, che i "poveri", proprio per la fiducia che gli viene accordata, tendono maggiormente al rimborso della intera somma nel rispetto delle scadenze stabilite.

Servizi ausiliari di supporto

La prestazione di servizi ausiliari di assistenza e tutoraggio dei soggetti finanziati rappresenta uno degli elementi che, insieme all'ammontare e alla finalità, definisce le caratteristiche dei finanziamenti che possono fregiarsi della definizione di microcredito, secondo quanto stabilito dalla nuova disciplina legislativa al riguardo (D. Lgs. 141/2010, modificato dal D. Lgs. 169/2012).

Per quanto manchi ancora una più precisa definizione di tali servizi, il Monitoraggio ha indagato sull'attuale offerta di tre diversi livelli di prestazioni da parte delle istituzioni che realizzano il microcredito: quelli di assistenza tecnica per aiutare nella formulazione della domanda di microcredito, vale a dire di supporto ex-ante, quelli di accompagnamento e tutoraggio dopo l'erogazione del microcredito, cioè di supporto ex-post, e quelli di formazione (formale ed informale).

11.5 Microcredito in Italia

L'Ente Nazionale per il Microcredito

L'Ente nazionale per il Microcredito è un soggetto di diritto pubblico che persegue l'obiettivo dello sradicamento della povertà e della lotta all'esclusione sociale in Italia e, in ambito internazionale, nei paesi in via di sviluppo e nelle economie in transizione. L'Ente nazionale per il microcredito (ENM) possiede funzioni di ente coordinatore nazionale con compiti di promozione, indirizzo, agevolazione, valutazione e monitoraggio degli strumenti microfinanziari promossi dall'Unione Europea nonché delle attività microfinanziarie realizzate con i fondi dell'Unione Europea (Legge del 12 Luglio 2011 n.106, art.8, c.4 bis lettera b).

Le informazioni che seguono, sono tratte dal "Rapporto finale di Monitoraggio" dell'ottobre 2013 e forniscono, relativamente all'Italia, una visione sintetica delle dimensioni, degli operatori nazionali, regionali e locali nonché un'interessante analisi degli effetti moltiplicativi del microcredito.

Le dimensioni del microcredito nel 2012:

	Ammontare erogato		Ammontare medio
Sociale	€ 25.816.160	41%	€ 4.875
Autoimpiego	€ 37.273.808	59%	€ 19.911
Totale	€ 63.089.968	100%	€ 8.803

La rilevanza dei programmi ad operatività nazionale:

	Autoimpiego		Sociale		Totale	
	n°	€	n°	€	n°	€
Permico - per impresa e famiglie	149	1.283.212	1.328	6.783.935	1.477	8.067.147
Prestito della speranza: ABI-CEI	66	1.080.000	1.207	7.013.200	1.273	8.093.200

Permico

“È una società di Torino specializzata nell'erogazione di prestiti (di piccola entità e senza richiesta di garanzie reali), a soggetti con difficoltà di accesso al sistema bancario tradizionale. Il target di clientela è rappresentato da cittadini italiani e stranieri che vogliono avviare un'attività imprenditoriale e alle famiglie, in risposta a bisogni finanziari essenziali legati a casa, salute, formazione. Permico è partecipata dalla Fondazione Crt, da OltreVenture, dalla Fondazione Paideia, da UBI banca, dai francesi di PhiTrust Active Investors e, da febbraio 2011, anche dal Fei (Fondo europeo per gli investimenti).” (estratto da Cassola, ibidem).

L'accordo Abi - Cei sul microcredito

“Il primo accordo è stato siglato a maggio 2009 e ha dato il via ad un programma finalizzato, in particolare, ad assistere le famiglie in difficoltà a seguito della crisi economica. L'obiettivo del *Prestito della speranza*, questo è il nome che la Cei ha deciso di dare all'iniziativa, era di favorire l'erogazione di microprestiti a famiglie con 'particolare vulnerabilità economica e sociale' (secondo il nuovo accordo del 2010), che a causa della crisi avessero perso ogni forma di reddito e che avessero un progetto per il reinserimento lavorativo o per l'avvio di un'attività imprenditoriale. A tal fine è stato istituito un apposito fondo di garanzia con una dotazione iniziale di 30 milioni di euro. Il fondo è gestito da Banca Prossima che si occupa da tempo dei servizi di tesoreria della Cei” (Cassola, ibidem).

“Sul fronte della ricerca da parte delle diocesi e di altre organizzazioni nonprofit di meccanismi efficienti per fare opera di beneficenza, il caso esemplare è l'accordo tra l'Abi e la Cei a cui hanno aderito 158 banche in Italia. Ma le varie Caritas diocesane hanno attivato parallelamente sul territorio decine di programmi, spesso da poche centinaia di migliaia di euro. In taluni casi, la Caritas locale aiuta a istituire il fondo di garanzia, cioè il fondo da utilizzare in caso di prestiti non restituiti. Un passo necessario per permettere alle banche di partecipare salvaguardando i bilanci anche se, come succede anche all'estero, le percentuali di restituzione, sono altissime intorno al 95%” (Iezzi, 2010).

Gli effetti moltiplicativi del microcredito

Dall'analisi emerge che il microcredito finalizzato all'autoimpiego e alla creazione di microimprese può essere considerato un moltiplicatore di occasioni di lavoro, calcolabile nella misura di 2,43 se si rapporta all'insieme dei micro-prestiti erogati con questo scopo. In altre parole, si può anche dire che 100 utilizzatori di microcredito finalizzato all'attività lavorativa producono occupazione, oltre che per loro stessi, anche per altre 143 persone, per un totale di 243 occupati.

L'impegno crescente delle regioni

Anche i progetti di microcredito intrapresi con sempre maggiore frequenza ed intensità dalle Regioni hanno una notevole incidenza sulle dimensioni complessive del fenomeno. Basti ricordare che nel 2012 circa un quarto dei prestiti (1.753 su 7.167) è stato erogato proprio da queste istituzioni.

Più in particolare, le Regioni impegnate nel 2012 sul fronte del microcredito risultano essere 14, di cui 11 effettivamente operative (Piemonte, Valle d'Aosta, Umbria, Marche, Toscana, Lazio, Molise, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna), mentre 3 (Abruzzo, Campania e Puglia) hanno nel 2012 avviato le procedure che hanno consentito loro di erogare un ingente numero di microcrediti nel 2013.

“Dei 14 programmi di microcredito osservati, infatti, meno della metà, cioè 6 su 14, ha stabilito di costituire di un fondo di garanzia su cui confluiscono le risorse disponibili, mentre la maggioranza, 8 su 14, ha preferito creare un fondo, per così dire rotativo, che rappresenta la fonte finanziaria per erogare direttamente i microcrediti. In sostanza, nel primo caso sono le banche partner ad anticipare le somme concesse come microcredito ai beneficiari, laddove negli altri casi gli istituti di credito vengono in pratica bypassati e, qualora presenti, operano solo in qualità di service della Regione che provvede all'erogazione diretta dei microcrediti con i fondi allocati allo scopo” (ENM, 2013).

Il microcosmo del microcredito

È un universo di piccoli progetti a carattere locale: il Monitoraggio pubblicato annualmente dall'Ente Nazionale per il Microcredito, identifica un significativo numero di iniziative di microcredito, evidentemente più circoscritte sia in termini dimensionali sia come raggio d'azione, di cui circa la metà ha una finalità esclusivamente sociale, circa un terzo ha obiettivi produttivi e poco più di quarto persegue il duplice scopo di sostenere tanto il credito socio-assistenziale quanto quello lavorativo.

La Rete Italiana di Microfinanza (RITMI)

È stata creata nel febbraio 2008, su iniziativa di istituzioni operanti nell'ambito della micro finanza. In particolare: soggetti che svolgono la propria attività nel territorio nazionale; realtà che partono da diverse motivazioni e origini (associe, solidaristiche e caritative, private e pubbliche); attività volte alla creazione di nuova imprenditorialità; programmi volti a creare pari opportunità; esperienze di finanza etica; società di consulenza in microcredito e microfinanza; centri studi e di ricerca sul settore. Essa raccoglie una ventina di soci indicati nei box a seguire tra cui citiamo:

Compagnia di San Paolo è una fondazione privata di origine bancaria che persegue finalità di interesse pubblico e di utilità sociale nei settori della ricerca scientifica, economica e giuridica, dell'istruzione, dell'arte, della conservazione e valorizzazione dei beni culturali e dei beni ambientali, della sanità e dell'assistenza. In quest'ultimo ambito, ha promosso e avviato dall'autunno 2003 un progetto di microcredito sociale per lo sviluppo di attività economiche da parte di soggetti con difficoltà nell'accesso al credito nelle aree di Torino, Genova, Roma e Napoli, in collaborazione con quattro fondazioni del privato sociale e con le banche Intesa San Paolo e Banco di Napoli.

Etimos Foundation onlus è attiva, in Italia e all'estero, come “fondazione di partecipazione”: una struttura aperta all'adesione di chiunque ne sottoscriva scopi e principi. Si occupa di ricerca, formazione, promozione e divulgazione culturale sui temi della finanza per lo sviluppo e dell'economia sociale: un impegno che si traduce in una riflessione a tutto campo sui meccanismi che generano la ricchezza e la povertà, riconoscendo all'economia e alla finanza un ruolo decisivo nel determinare riscatto sociale, qualità della vita e felicità per le persone e le rispettive comunità. Accanto a queste attività, Etimos Foundation si propone anche come incubatore di imprese e progetti, nell'ambito della finanza per lo sviluppo, dell'inclusione finanziaria e della microfinanza, capaci di coniugare impatto sociale e sostenibilità economica.

Fondazione Giordano Dell'Amore si propone come centro di raccolta e di scambio delle conoscenze in Italia e nel mondo sui trend internazionali, sulle problematiche e sulle eccellenze della microfinanza agendo come generatore di sistema, mettendo a disposizione degli operatori le conoscenze raccolte e agendo

anche come ente formatore e aggregante. La Fondazione inoltre svolge il ruolo di segreteria operativa di RITMI e ospita la sede della Rete.

Fondazione Welfare Ambrosiano ha come missione quella di offrire un sostegno alle persone e ai rispettivi nuclei familiari, residenti o che svolgono attività lavorativa e/o professionale nel comune di Milano, che rientrano nelle cosiddette aree grigie del sistema di protezione sociale e quindi potenzialmente nelle nuove forme di esclusione finanziaria e sociale. Le attività della

Fondazione Welfare Ambrosiano sono:

- promuovere e istituire fondi di garanzia per favorire l'accesso al credito;
- promuovere e istituire fondi mutualistici di welfare sussidiario;
- favorire l'analisi e la conoscenza delle problematiche sociali del territorio milanese;
- organizzare seminari, corsi di formazione, istituire premi e borse di studio.

RITMI: Rete Italiana della Microfinanza (Cassola, 2011)

- ACAF Italia - Le Comunità AutoFinanziate dell'Italia
- Compagnia di San Paolo
- Consorzio Emmanuel SCS - ONLUS
- CreSud S.p.A.
- Etimos Foundation
- Fondazione Culturale Responsabilità Etica
- Fondazione don Mario Operti - Progetto Dieci Talenti Opportunità di Microcredito
- Fondazione Giordano Dell'Amore
- Fondazione Pangea Onlus
- Fondazione Un Raggio di Luce Onlus
- Fondazione Welfare Ambrosiano
- Forum per la Finanza Sostenibile
- Mag Verona (Mutua Auto Gestione)
- Micro Progress Onlus
- Microcredito di Solidarietà SpA
- Microfinanza Srl
- Permico
- PlaNet Finance Italia
- Prestiamoci
- SL Micro

11.6 Esperienze di microcredito bancario in Italia

BANCA ETICA

“L'attività, avviata nel 1999, ha indubbiamente portato degli elementi di innovazione nel mondo bancario italiano. Ciò è frutto del contributo dei circa 35.000 soci e dei soci fondatori, tra cui si ritrovano organizzazioni del Terzo Settore, del volontariato e della cooperazione internazionale, nonché Etimos e le Mag di Milano e Venezia. Pur non essendo l'attività principale dell'istituto, Banca Etica ha maturato delle importanti esperienze di microcredito. La banca, inoltre, gestisce il Fondo di Garanzia per il microcredito di Etica sgr, che è alimentato dai sottoscrittori dei fondi e dalla devoluzione annuale di parte degli utili della sgr. A fine 2009 il fondo, che ha l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito dei “non bancabili”, disponeva di circa 540.000 euro” (Cassola, 2011).

UBI BANCA

Nel corso del 2009 la banca è entrata nel capitale sociale di Permico ed ha avviato una sperimentazione che ha previsto l'apertura di una serie di *corner Permico* in varie filiali delle banche popolari del gruppo. È un progetto ambizioso che propone un interessante modello operativo, con un gruppo bancario che promuove e 'distribuisce' il servizio e un intermediario finanziario, specializzato sul microcredito, che agisce da 'fabbrica'.

GRUPPO INTESA SANPAOLO

Nell'ambito del microcredito il gruppo dichiara, nel 2009, l'erogazione di circa 3 milioni di finanziamenti nell'ambito di specifici progetti portati avanti con le fondazioni azioniste e Onlus attive su base locale. È il caso di evidenziare il progetto di microcredito sociale della Compagnia di San Paolo. Operativo dal 2003, ha visto il coinvolgimento di Intesa Sanpaolo, del Banco di Napoli e di quattro enti nonprofit. Rilevante anche l'istituzione, a luglio 2009, dell'Associazione Vobis che, composta da ex dipendenti bancari del gruppo, si propone di 'offrire' la professionalità degli associati a servizio delle famiglie in difficoltà e delle organizzazioni nonprofit. Opportunamente formati sul microcredito da Banca Prossima, Vobis ha stipulato una convenzione con Intesa Sanpaolo ed è coinvolta nel progetto *Prestito della Speranza della Caritas*".

BNL

"È entrata da qualche anno nel gruppo francese Bnp Paribas, la cui proattività su microcredito e microfinanza si riflette anche sulle attività della banca italiana. In Italia Bnl intende promuovere degli specifici progetti di microcredito ed è allo studio un progetto nazionale che veda coinvolto un partner qualificato e dotato di una capillare rete di ascolto sul territorio" (estratto da Cassola, *ibidem*). A tal fine, nell'autunno 2011, è entrata nel capitale sociale di Permico acquisendo una partecipazione rilevante.

BANCA MPS

"Opera dal 2006 mediante Microcredito di Solidarietà, spa partecipata al 40% dalla banca (gli altri azionisti sono enti locali, alcuni enti religiosi e associazioni di volontariato). L'operatività è focalizzata sui finanziamenti a favore di persone fisiche che, sulla base dell'esito dell'istruttoria, sono 'moralmente in grado di impegnarsi in un progetto di sviluppo della propria potenzialità che passa anche attraverso l'utilizzo consapevole del denaro'. Fondamentale, anche in questo caso, il ruolo dei centri di ascolto convenzionati (circoli Arci, Caritas, comuni, associazioni, le 'Misericordie'). Nel corso del 2010 il microcredito di solidarietà ha superato la soglia del milione di euro di prestiti concessi".

BCC

"In Italia operano oltre 400 Banche di Credito Cooperativo e Casse Rurali, con circa 4.200 sportelli distribuiti su tutto il territorio nazionale. Nel panorama bancario italiano, le BCC si distinguono per tre principali caratteristiche: sono banche cooperative, sono banche a mutualità prevalente e sono banche locali. Sono inserite in un'organizzazione 'a rete', nel senso che ogni banca è associata a una Federazione locale e le quindici Federazioni locali hanno dato vita ad una Federazione nazionale, Federcasse, con ruoli di coordinamento ed impulso. L'elenco delle attività messe in atto dalle BCC per sostenere l'economia del territorio, delle famiglie e delle imprese è ampio: dalla sospensione delle rate dei mutui al sostegno alle piccole e medie imprese per il pagamento delle tredicesime, dall'anticipo della cassa integrazione a un fondo di emergenza per gli operai licenziati, dalle agevolazioni per l'accesso al credito della piccola e media impresa a iniziative specifiche per la famiglia" (Cassola, 2011).

"Sono ben 712 gli operatori finanziari che in Italia fanno microcredito, 224 sono banche, e 150 di queste sono Bcc. In prima linea il Credito cooperativo ci si trova quasi per forza: per statuto queste banche devono impiegare il 90% del risparmio nella stessa provincia di provenienza, quindi sono le prime a risentire di fenomeni di diffuso impoverimento. E l'Italia ha già 8 milioni di persone che non hanno accesso in banca: una cifra destinata a crescere" (Iezzi, 2010).

In base a dati più aggiornati (giugno 2014), le Bcc hanno erogato circa la metà del microcredito in Italia (fonte 'Credito cooperativo').

11.7 La legislazione vigente in Italia

Il D. Lgs.141 del 2010 ha introdotto per la prima volta nell'ordinamento italiano, mediante la modifica dell'art 111 del Testo Unico Bancario, la disciplina dell'attività di erogazione del microcredito. I soggetti operanti in detto settore sono stati sottoposti ad un regime meno severo di vigilanza: si tratta dei soggetti che soddisfano il bisogno di credito di una certa fascia di operatori economici non in grado di ottenere finanziamenti dai canali bancari tradizionali.

I soggetti (che non siano già banche) che vorranno esercitare l'attività di microcredito dovranno iscriversi in un apposito elenco tenuto da un organismo di diritto privato, istituito in forma di associazione e vigilato da Banca d'Italia

Vi è distinzione tra microcredito "per l'avvio o l'esercizio di attività di lavoro autonomo o di microimpresa" (microcredito con finalità di impresa) e microcredito esercitato in via prevalente "a favore di persone fisiche in condizioni di particolare vulnerabilità sociale allo scopo di consentire l'inclusione sociale del beneficiario" (microcredito con finalità sociali)

Per il microcredito sociale, la nuova formulazione dell'art 111, comma 4, TUB, attribuisce rilievo autonomo alle attività di credito svolte dagli enti nonprofit rispetto alla sfera di azione propria degli operatori che agiscono a scopo di lucro. Tale previsione riconosce infatti ai soggetti giuridici senza fini di lucro, in possesso delle caratteristiche demandate alle disposizioni attuative, la possibilità di concedere sia microcrediti con finalità di impresa che con finalità esclusivamente sociali.

Microcredito sociale

I beneficiari sono persone fisiche in condizioni di particolare vulnerabilità economica e sociale. Caratteristiche:

- finanziamento di importo non superiore a € 10.000
- non assistito da garanzie reali
- accompagnato da altre prestazione di servizi ausiliari
- rivolto a consentire l'inclusione sociale e finanziaria del beneficiario
- prestato a condizioni più favorevoli di quelle prevalenti sul mercato

Microcredito imprenditoriale

I beneficiari sono persone fisiche o srl semplificate (c.c. art 2463-bis) o associazioni o società cooperative, per l'avvio o l'esercizio di attività di lavoro autonomo o di microimpresa. Caratteristiche:

- finanziamento di importo non superiore a € 25.000
- non assistito da garanzie reali
- finalizzato all'avvio o allo sviluppo di attività imprenditoriale o all'inserimento nel mercato del lavoro
- accompagnato dalla prestazione di servizi ausiliari di assistenza e monitoraggio dei soggetti finanziati

"Con l'approvazione del art. 39 comma 7 bis della legge 214/2011 è stato disposto che una quota delle disponibilità finanziarie del Fondo centrale di garanzia a favore delle Pmi venga riservata a interventi di garanzia per il microcredito. La normativa, *una volta ricevuti i decreti attuativi*, consentirà alle realtà microimprenditoriali di avvalersi della garanzia del Fondo centrale che, come noto, è assistito dalla garanzia dello Stato. Questo consentirà una serie di benefici a tutto il settore del microcredito italiano, liberando una formidabile energia finanziaria rimasta finora inutilizzata" (intervista a Mario Baccini, Presidente dell'Ente Nazionale per il Microcredito - il Sole 24 Ore, 12 maggio 2014).

Il **decreto attuativo** previsto dal Testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia che disciplina la concessione di microcredito alle imprese (decreto 17 ottobre 2014, n. 176, a firma del Ministro dell'economia e delle finanze, pubblicato in Gazzetta ufficiale il 1 dicembre 2014) aggiorna alcuni limiti sopra riportati. Ad esempio, confermando che i finanziamenti "non possono essere assistiti da garanzie reali e non possono eccedere il limite di 25.000 euro per ciascun beneficiario", la norma dispone che: "il limite può essere aumentato di 10.000 euro qualora il contratto di finanziamento preveda l'erogazione frazionata subordinando i versamenti successivi al verificarsi di determinate condizioni. L'operatore di microcredito può concedere allo stesso soggetto un nuovo finanziamento per un ammontare, che sommato al debito residuo, non superi il limite di 25.000 euro o, in alcuni casi, di 35.000 euro. La durata massima del finanziamento non può essere superiore a sette anni, tranne alcune eccezioni".

In attesa del regolamento, comunque, il microcredito italiano non ha mai cessato di svolgere la propria funzione, anzi è andato crescendo e, per il futuro, grazie al completamento dell'impianto normativo, potrebbe esserci un vero e proprio boom del settore.

11.8 Unione Europea

L'Unione europea gestisce programmi di microcredito (prestiti inferiori a 25.000 euro) per lavoratori autonomi e imprese con meno di dieci collaboratori. L'UE non concede direttamente microcrediti (fino a 25.000 euro) a persone o imprese, ma fornisce garanzie, prestiti e capitali ad intermediari, che possono quindi concedere prestiti alle piccole imprese o mettere a loro disposizione capitali.

Fra le iniziative dell'UE si segnalano le seguenti:

- Il **CIP** (Programma quadro per la competitività e l'innovazione) aiuta le microimprese ad avviare o espandere la loro attività sulla base dell'elenco degli intermediari di ogni singolo paese. Tramite "Progres" concede microcrediti a chi ha perso il lavoro e intende avviare una propria impresa o a chi vuole sviluppare un'impresa esistente, ma non riesce ad ottenere finanziamenti dal settore bancario tradizionale.
- **Jeremie** (Risorse europee congiunte per le micro, le piccole e le medie imprese) permette ai paesi dell'UE di utilizzare i fondi strutturali europei a sostegno delle piccole e microimprese. In alcuni paesi dell'UE, gli intermediari di microcredito beneficiano di garanzie, prestiti e capitali.
- **Jasmine** (Azione comune a sostegno degli istituti di microfinanza in Europa) migliora la capacità degli intermediari di microcredito e li aiuta a diventare operatori sostenibili e redditizi sul mercato del credito.
- **Portale** europeo per le piccole e medie imprese (ec.europa.eu/small-business/index_it.htm)

Di particolare rilevanza è il Fondo europeo per gli investimenti:

European Investment Fund

È una partnership pubblico-privato che combina i seguenti investitori:

- la Banca Europea degli Investimenti (EIB) al 62,1%
- l'Unione Europea tramite la Commissione Europea al 30%
- 25 Istituzioni finanziarie dei Paesi membri dell'Unione europea e la Turchia, al 7,9%

L'EIF, in qualità di società di gestione, finanzia gli intermediari (banche ed istituzioni autorizzate), selezionati e giudicati idonei, con l'obiettivo di aumentare le possibilità di accesso ai finanziamenti per le microimprese e per i lavoratori autonomi, compresi i gruppi che hanno spesso difficoltà di accesso al sistema bancario tradizionale, come le donne, i giovani, le persone appartenenti ad un gruppo minoritario o con una disabilità, ecc.

In funzione dell'operatività dell'intermediario finanziato, il Fondo è in grado di offrire 4 tipi di strumenti finanziari.

European Investment Fund I quattro tipi di strumenti finanziari sono:

- **Prestiti senior (Senior Loans)**

Finanziamento a lungo termine, generalmente nel range di 5-7 anni, a seconda delle caratteristiche del credito concesso dagli intermediari

- **Prestiti subordinati (Subordinated Loans)**

Prestito subordinato a creditori senior, tipicamente per rafforzare la struttura del capitale degli intermediari e quindi la loro capacità di finanziamento degli operatori

- **Risk-sharing Loans**

Prestiti senior combinati con la partecipazione diretta al rischio nei microcrediti concessi dagli intermediari

- **Partecipazioni**

Investimenti in azioni ordinarie o privilegiate, generalmente con un orizzonte di investimento di 6-8 anni, nel capitale degli intermediari

11.9 Altre iniziative estere

Secondo il Mix Market ad oggi nel mondo si contano più di 1.800 Istituzioni di Microfinanza diverse tra di loro per forma giuridica, metodologia adottata, orientamento alla sostenibilità etc.

Di seguito si fornisce sintetica illustrazione della banca 'storica' del microcredito, Grameen Bank oltre ad alcuni altri esempi di rilievo.

Grameen Bank

È una banca che si occupa di microfinanza in Bangladesh e in India negli stati del Bengala occidentale e del Sikkim. Fondata da Muhammad Yunus nel 1976, è stata la prima banca dei poveri. L'ente concede, infatti, microprestiti alle popolazioni povere locali senza richiedere garanzie collaterali e garantendo così il loro accesso al credito. Il sistema si basa sull'idea che i poveri abbiano attitudini e capacità imprenditoriali sottoutilizzate e sulla fiducia.

Un'insolita caratteristica della Grameen Bank consiste nel fatto che essa è di proprietà dei clienti indigenti finanziati dalla banca stessa, la maggior parte dei quali sono donne. I clienti finanziati sono titolari del 94% del capitale della banca e il restante 6% è di proprietà del Governo del Bangladesh.

Altri fatti relativi alla Banca, aggiornati a maggio 2006 sono i seguenti:

- l'ammontare totale dei clienti finanziati è di 6.39 milioni, il 96% dei quali sono donne
- la Banca ha 2185 filiali in 69.140 villaggi con un totale di 17.336 dipendenti
- Il tasso di rimborso dei prestiti è del 98,45%
- Il totale dei prestiti concessi dall'avvio dell'attività bancaria ammonta a 5,3 miliardi di dollari USA. Di essi sono stati restituiti 4,7 miliardi di dollari USA.

All'organizzazione e al suo fondatore, Muhammad Yunus, è stato congiuntamente attribuito il Premio Nobel per la Pace nel 2006, "per i loro sforzi diretti a promuovere lo sviluppo economico e sociale dal basso."

Muhammad Yunus, il fondatore della Banca, è laureato in Economia all'Università Vanderbilt. Durante la terribile carestia che colpì il Bangladesh nel 1974 ebbe l'idea di fornire un piccolo prestito ad un gruppo di famiglie facendo sì che potessero fabbricare piccoli oggetti e venderli. Yunus credeva che concedere prestiti ad un'ampia fascia di popolazione socio-economicamente svantaggiata potesse frenare la continua crescita della povertà rurale in Bangladesh.

La Grameen Bank (Letteralmente, Banca del Villaggio in lingua Bangla) mette in pratica le idee di Muhammad Yunus. La Banca fu avviata da Yunus e dal Dipartimento per l'Economia Rurale dell'Università di Chittagong in Bangladesh per sperimentare e verificare la fondatezza del nuovo metodo di concessione del credito e di prestazione dei servizi bancari ai poveri delle campagne.

La Banca ottenne un successo immenso e il progetto, con il supporto del Governo, fu esteso ad altri distretti.

La Banca oggi continua ad espandere la propria attività in tutto lo Stato e il suo successo ha ispirato progetti simili in tutto il mondo.

Fem international (Femmes entrepreneurs du monde)

FEM International è un'organizzazione nonprofit fondata nel 2005. La sede centrale di Montreal è a capo dei soggetti coinvolti nella promozione dell'etica, sulla base dei principi dello sviluppo sostenibile nel settore della moda e del tessile.

FEM International ha sviluppato degli strumenti che permettono di superare le carenze riscontrate da alcune donne garantendo al tempo stesso un'adeguata transizione tra una attività generatrice di reddito in un business redditizio. Questo è il motivo per cui la nostra struttura si basa su tre funzioni fondamentali:

- fornire una formazione in business e assistenza nella gestione per ovviare alla mancanza di istruzione e formazione di gestione
- creare una rete di distribuzione internazionale per facilitare l'accesso ai mercati per alcuni prodotti e servizi
- fornire una rete di collaborazione e di risorse tra i partner e le strutture di microcredito nel mondo

MicroVentures network

La rete MicroVentures è attiva nella fornitura di prodotti finanziari, assistenza tecnica e supporto alle istituzioni concentrandosi su soluzioni basate sul mercato per lo sviluppo sociale su tre continenti. MicroVentures Network conta oggi sulle seguenti organizzazioni affiliate:

MicroVentures India (finanza per lo sviluppo) è specializzata nella fornitura di finanziamenti a Istituzioni di Microfinanza indiani (IFM) affidabili, ben gestite e con buone performance per alimentare i loro piani di crescita e di sensibilizzazione. Fornisce le risorse finanziarie per le istituzioni partner attraverso la partecipazione diretta nel capitale, finanziamento del debito o strumenti ibridi. Inoltre, la Rete MicroVentures è in grado di supportare lo sviluppo di partner di IFM durante le fasi di crescita e consolidamento attraverso l'interazione continua con i suoi professionisti qualificati e la fornitura di assistenza tecnica.

Jak bank

“Da ultimo, si ritiene utile dare giusto conto dell'esperienza della svedese JAK BANK, banca etica cooperativa con circa 35.000 soci, depositi per 97 milioni di euro e impieghi per 86 milioni di euro (dati 2008). Jak è una banca che propone un modello di sviluppo economico alternativo, *interest free*. Un po' come accade per la finanza islamica, non è previsto il pagamento di interessi, né attivi sui depositi né passivi sui finanziamenti erogati dalla banca ai soci. I costi amministrativi e di sviluppo della banca sono coperti dalla quota associativa e dalla tassa sul prestito che è pari ad un indice sintetico di costo mediamente del 2,5% fisso. Il meccanismo del prestito è basato sul concetto dei punti di risparmio, punti che vengono accumulati nel periodo di risparmio e consumati nei periodi in cui si accede al prestito. L'idea di base che rende sostenibile l'intero sistema è che i punti di risparmio guadagnati debbano per forza eguagliare i punti di risparmio spesi. Si segnala che, a fine 2008, è nata l'Associazione culturale Jak Bank Italia che si prefigge di riproporre in Italia un simile progetto, con particolare attenzione ai micro finanziamenti” (estratto da B. Cassola, Il Microcredito, Ecra, aprile 2011).

11.10 Microcredito e web

Le piattaforme peer- to-peer si sono sviluppate per ampliare la disponibilità di microcredito attraverso i singoli istituti di credito nel mondo sviluppato. Nuove piattaforme che connettono gli istituti di credito ai micro-imprenditori stanno emergendo sul Web, ad esempio MYC4, Kiva, Zidisha, myELEN, Opportunity International.

Nel 2009, il nonprofit Zidisha statunitense è diventata la prima piattaforma microprestiti peer-to-peer per collegare i creditori e debitori direttamente attraverso i confini internazionali senza intermediari locali.

Il volume erogati tramite la piattaforma di Kiva peer-to-peer è di circa 100 milioni dollari a partire dal novembre 2009 (Kiva facilita circa \$ 5M in prestiti ogni mese).

In confronto, il fabbisogno di microcredito è stimato a circa 250 miliardi di dollari alla fine del 2006. La maggior parte degli esperti concordano sul fatto che questi fondi devono essere di provenienza locale dei paesi che sono originari di microcredito, per ridurre i costi di transazione e rischi di cambio.

12. STRUMENTI FINANZIARI TRADIZIONALI PER IL TERZO SETTORE

12.1 Finanziamenti bancari per le organizzazioni del terzo settore

Gli attori bancari e le varie tipologie: un poco di storia.

Possiamo riconoscere i germogli del sostegno finanziario alle Organizzazioni del Terzo Settore nelle Banche di Credito Cooperativo (BCC), denominazione adottata nel 1993 dalle Casse Rurali ed Artigiane nate in Italia sul finire del 1800 secondo il modello sviluppato in Germania.

Le BCC hanno esteso progressivamente l'operatività non solo alle due categorie originarie ma a tutti gli operatori o residenti in un determinato territorio con la finalità di promuovere sviluppo e rispondere alle necessità economiche e sociali delle comunità locali.

L'attività delle BCC è andata via via orientandosi, da una parte, verso la tutela ambientale, promuovendo la crescita responsabile del territorio nel quale operano, ma altresì, sempre più marcatamente, verso il rafforzamento delle Istituzioni Nonprofit, attuando numerose iniziative e partnership con le Organizzazioni del Terzo Settore.

Credito a breve

La recente crescita del fabbisogno finanziario delle Organizzazioni del Terzo Settore per colmare la diminuzione delle risorse disponibili da parte delle Istituzioni, ha spinto diverse entità bancarie a formulare offerte mirate.

A titolo esemplificativo, i prodotti dedicati più significativi:

- Finanziamenti a Persone Giuridiche dei settori: cooperazione sociale, cooperazione internazionale, ambiente, cultura e società civile (Banca Etica)
- Finanziamento Gestione Business Nonprofit (Banca Prossima). In collaborazione con alcuni grandi centri cooperativi questa banca ha sviluppato un *sistema di rating ad_hoc* per valutare l'affidabilità delle organizzazioni del Terzo settore. Il sistema, come spiega Marco Morganti, Amministratore delegato, invece di basarsi su indicatori fissi a livello nazionale, si è strutturato in modo da tener conto delle peculiarità dei territori e delle comunità, così da rispondere a un più ampio numero di soggetti.
- Prossima Stipendi, per garantire il normale pagamento degli stipendi dei dipendenti delle imprese sociali che vantano crediti verso la Pubblica Amministrazione (Banca Prossima)
- Sostegno Attività, per far fronte ad esigenze per la realizzazione di specifiche iniziative e progetti (UBI Banca)
- Anticipo Contributo 5 per mille (Banca Prossima, UBI Banca)
- Anticipo Entrate Enti Privati: sulle disponibilità derivanti da crediti, donazioni, quote associative, contributi ed altre entrate attese o maturate nei confronti di soggetti privati (UBI Banca)
- Anticipo Entrate Enti Pubblici: su crediti e contributi (UBI Banca)
- Crediti di firma: garanzie prestate, in particolare fidejussioni, con le quali la banca si impegna a far fronte ad eventuali inadempimenti di obbligazioni nei confronti di enti pubblici e privati (Banca Prossima, UBI Banca, Banca Etica)

Medio/Lungo Termine

Le forme tecniche sono:

- Finanziamenti e Mutui a Persone Giuridiche dei settori: cooperazione sociale, cooperazione internazionale, ambiente, cultura e società civile (Banca Etica)

- Investimenti: a sostegno di realizzazioni per l'erogazione di servizi di pubblica utilità in settori quali i servizi sociali, la sanità, la natura, l'istruzione, la ricerca, la cultura (UBI Banca)
- Finanziamento Enti Religiosi: per esigenze connesse alla realizzazione, adeguamento, gestione di immobili dedicati al culto, mense, oratori, impianti sportivi (UBI Banca)
- Presto Impresa, Finanza Impresa: investimenti diversi documentati (Banca Prossima)
- Finanziamento Enti Ecclesiastici Cattolici: per investimenti fissi di vario genere (Banca Prossima)
- Social Bond: obbligazioni collegate a specifici progetti nonprofit ed emesse con l'obiettivo di reperire risorse per finanziare progetti medio - lungo termine per le quali si rimanda allo specifico capitolo
- Terzo Valore: finanziamento diretto parziale della banca di almeno 1/3 dell'ammontare e garanzia all'Organizzazione Nonprofit di rimborso dei restanti 2/3 delle somme eventualmente necessarie per far fronte agli impegni verso i Sostenitori, assicurando così a questi ultimi il recupero del capitale prestatato (Banca Prossima). Si rimanda al cosiddetto 'Social Lending' all'interno del capitolo "Crowdfunding".

Indagine sui fabbisogni finanziari delle cooperative sociali e delle altre organizzazioni

Dal 2012 UBI Banca, con il supporto scientifico di AICCON (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit), presenta annualmente l'"Osservatorio UBI BANCA sulla Finanza ed il Terzo Settore". L'indagine del 2012 condotta tramite 250 questionari sottoposti ad Organizzazioni di Volontariato ed Associazioni di Promozione Sociale ha fornito le seguenti informazioni riguardo ai rapporti con le banche:

L'indebitamento delle associazioni/organizzazioni nei confronti del sistema bancario è molto basso, restando infatti al di sotto del 7% del totale delle fonti di finanziamento. Allo stato attuale gran parte del Terzo settore copre il fabbisogno finanziario per investimenti prevalentemente con l'autofinanziamento:

	Autofinanziamento	Finanziamenti pubblici	Banche
Cooperative sociali	43%	26%	31%
Associazioni	75%	20%	5%

La maggior parte degli intervistati afferma di non avere debiti con le banche, più precisamente il 37% delle cooperative sociali e circa l'80% delle associazioni. Comunque ciò che maggiormente colpisce è che "quasi 2 cooperative sociali su tre dichiara di non pianificare investimenti per il 2013 indicando come motivazione principale la crisi economica" e la medesima affermazione è riportata nel monitoraggio delle associazioni.

Può essere interpretata anche come prova della necessità di una maggiore diffusione della cultura finanziaria e di tutte le possibilità offerte dagli strumenti di *Social Finance*, compresi quelli per ora sviluppati prevalentemente nel mondo anglosassone.

Proseguendo nella sintesi dell'Osservatorio UBI:

- È significativa la percentuale delle associazioni che hanno rapporti pluri-banca, a testimonianza di un'intensità di rapporti - particolarmente al Nord Italia - con gli istituti di credito
- Più della metà delle associazioni intervistate ritiene che le banche di cui sono clienti non abbiano adottato strumenti e metodi di valutazione personalizzati per le organizzazioni del Terzo Settore
- Il livello di soddisfazione degli intervistati è correlato alla percezione dell'applicazione di metodi di valutazione personalizzati per il Nonprofit da parte delle banche: chi ritiene che vengano applicati metodi di valutazione personalizzati per il Nonprofit presenta livelli di soddisfazione più alti rispetto a chi non percepisce una diversità di trattamento da parte delle banche in grado di riconoscere le specificità del Terzo Settore
- L'utilizzo dei servizi/finanziamenti risulta più rilevante da parte delle associazioni di maggiori dimensioni e più strutturate.

Attingendo ad informazioni più aggiornate (III Edizione dell'“Osservatorio UBI BANCA su Finanza e Terzo Settore” – comunicato stampa del 28 luglio 2014), si confermano in aumento i rapporti con più istituti bancari così come il grado di soddisfazione nei rapporti con gli istituti di credito: in aumento anche il ricorso alla richiesta di finanziamenti per investimenti e per l'attività corrente.

“L'autofinanziamento permane comunque la principale fonte di copertura degli investimenti (44,2%), che tuttavia sono previsti solamente da 4 cooperative sociali su 10, a conferma di un atteggiamento ‘difensivo’”.

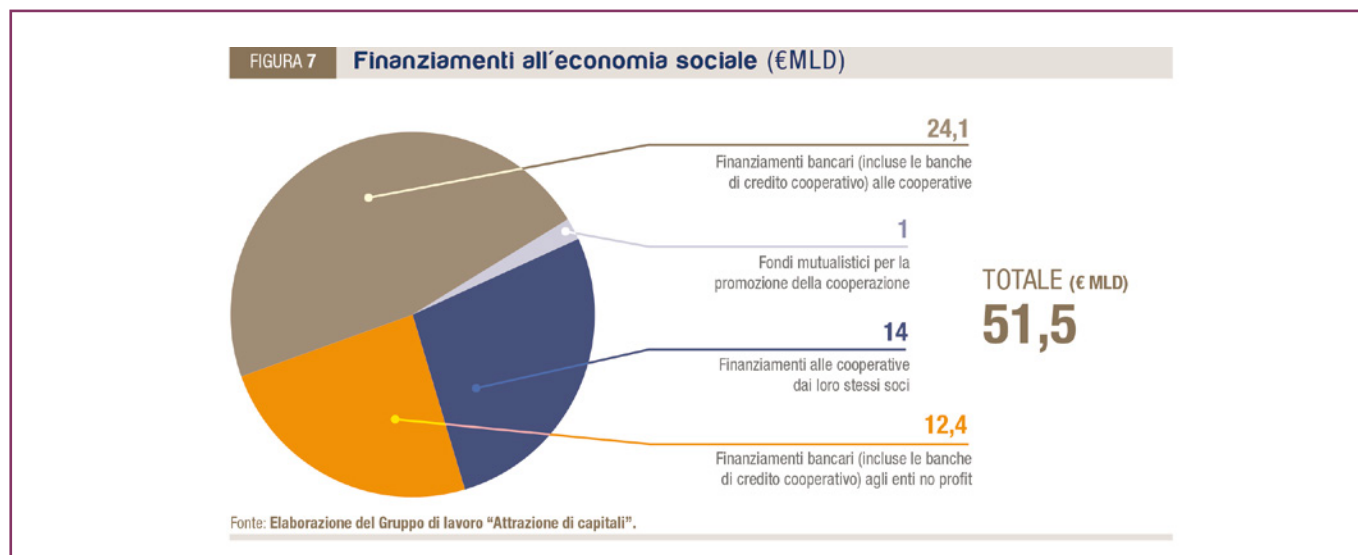
In questo contesto di non piena affermazione dei “classici” prodotti bancari dedicati, il Terzo Settore e le banche maggiormente “attente” sempre più avvertono l'attrazione esercitata da strumenti “innovativi”, come Social Bond, mediazione del Crowdfunding e prodotti “misti” come Terzo Valore (Banca Prossima), in cui si fondono componente creditizia, raccolta fondi dai sostenitori e *garanzia di firma*.

Lo schema utilizzato è il seguente: “le associazioni Non profit propongono un progetto, l'Istituto lo valuta e, in caso positivo, la banca presta una parte del denaro, il resto va trovato tra i cittadini e le imprese”.

Finanziamenti all'economia sociale

Attualmente, in Italia, un'ampia gamma di intermediari tradizionali opera in questo ambito, mobilitando circa 175 miliardi di euro verso enti nonprofit, imprese sociali e piccole e medie imprese for profit”, provenienti da circa 300 banche commerciali, da 380 banche di credito cooperativo oltre che quali finanziamenti dai soci stessi delle cooperative.

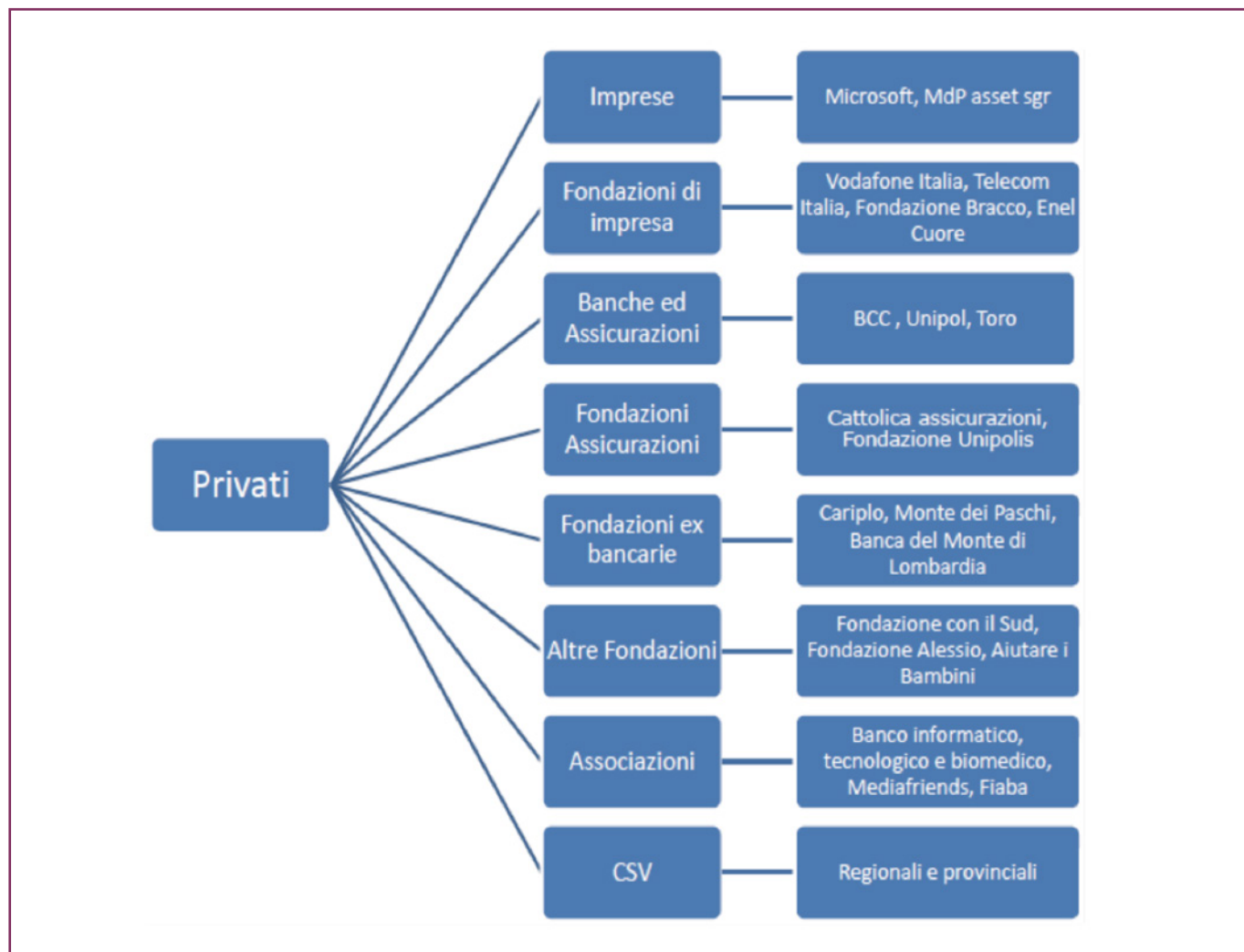
Solo la parte di finanziamenti destinata all'economia sociale (enti nonprofit, cooperative e imprese sociali) è di **51 miliardi** di euro come si rileva dalla figura sottostante nella quale si può notare che sono le banche a erogare la maggior parte dei finanziamenti a conferma dell'eccessiva dipendenza delle imprese italiane, anche quelle nonprofit, dal debito bancario rispetto all'equity ed alle altre forme di debito (Rapporto G7, 2014):



12.2 Finanziamenti tradizionali per progetti

Questa fonte storica di finanziamento, di assoluto rilievo nella fase attuale, rimane importante anche negli anni futuri sia da parte di organismi privati che pubblici.

Si riporta una schematizzazione delle possibili fonti di finanziamento per bandi, su progetti, tratto da Giorgio Sordelli, inizio 2013, presso Ciessevi, comprendente tutte le differenti tipologie (a scadenza, aperti, di idee, coprogettazione).



Fra quelli **privati**, operano imprese, banche ed assicurazioni sia in forma diretta (parte minoritaria) che tramite le rispettive fondazioni, la forma giuridica più adatta a tutelare il patrimonio e che usufruisce di agevolazioni fiscali ancorché in diminuzione causa gli interventi governativi. Fra le fondazioni spiccano quelle ex bancarie, ben patrimonializzate, che sono soggetti privati ma determinati dalla legge ad intervenire. Anche le associazioni possono raccogliere fondi per finanziare progetti. Da segnalare infine il CIESSEVI (Centro Servizi per il Volontariato), finanziato obbligatoriamente dalle fondazioni ex bancarie, nei suoi diversi livelli territoriali.

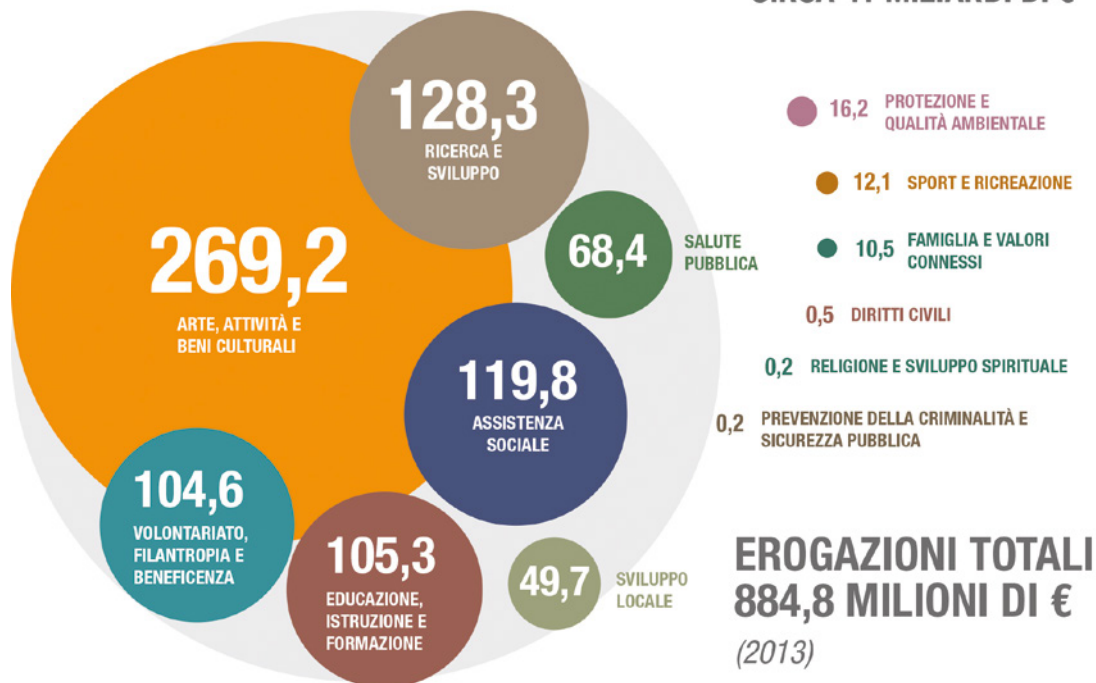
FIGURA 8 Erogazioni delle Fondazioni Bancarie italiane del 2013 (€MLN)

Il ruolo delle Fondazioni Bancarie si esprime a due livelli: come enti erogatori di risorse filantropiche al non profit e agli enti locali, e come importanti investitori istituzionali. www.acri.it

In valori assoluti, le erogazioni delle Fondazioni Bancarie italiane del 2013 si sono attestate a **884,8 milioni di euro per 22.334 interventi**.

PATRIMONIO COMPLESSIVO DELLE FONDAZIONI BANCARIE (2013):

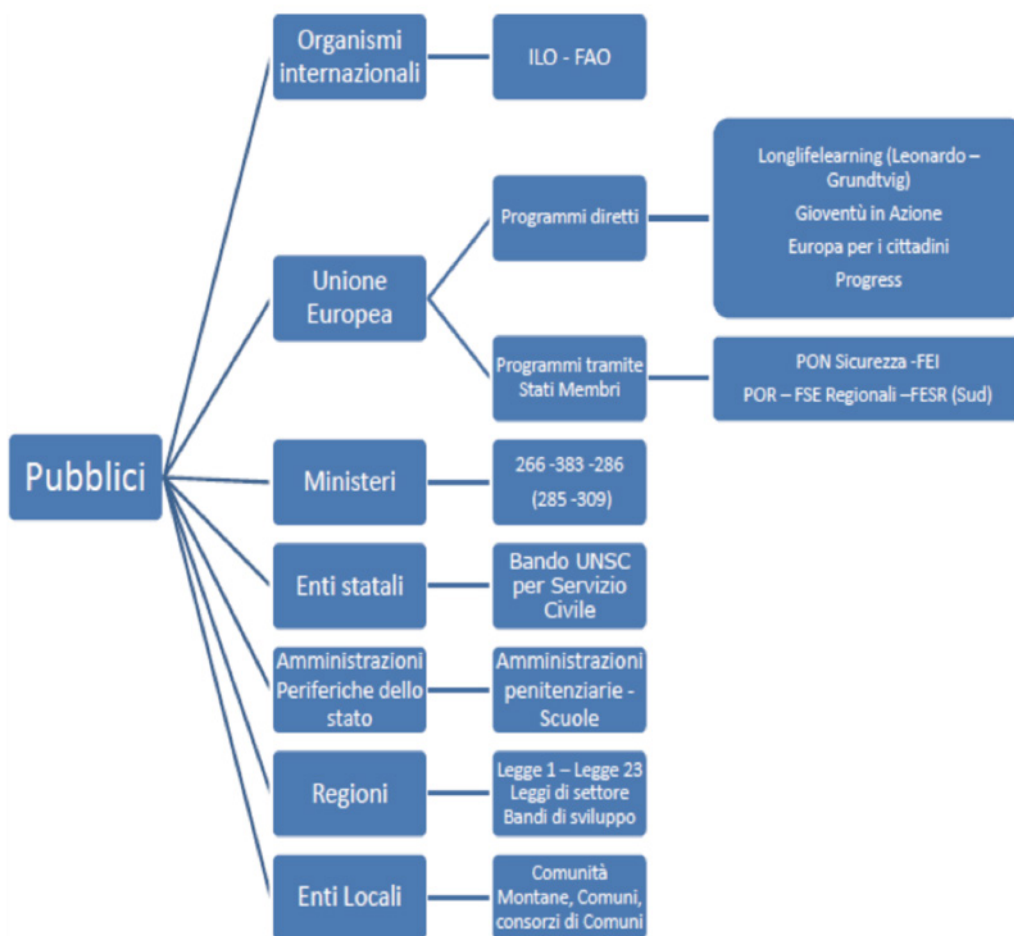
CIRCA 41 MILIARDI DI €



Fonte: ACRI Annual Report (2013)

“Le **fondazioni bancarie** rappresentano una tipicità italiana, e sono soggetti nonprofit, privati e autonomi, che perseguono esclusivamente scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico. Queste gestiscono ingenti patrimoni, i cui utili sono investiti nelle attività di maggiore interesse collettivo fra cui istruzione, ricerca scientifica, arte, sanità, cultura. Ad oggi, le fondazioni bancarie in Italia sono 88 e nel 2013 hanno finanziato progetti a fini sociali per 885 milioni di euro circa. Al termine del 2013 detenevano circa 41 miliardi di euro di asset totali: il loro ruolo si esprime quindi a due livelli sia come enti erogatori di risorse filantropiche al nonprofit e agli enti locali che come importanti investitori istituzionali” (Rapporto G7, 2014).

Fra quelli **pubblici**, l’articolazione è molto ampia a partire dagli organismi internazionali (Fao e Ilo) e da quelli gestiti dalla Commissione europea sia direttamente verso i beneficiari che, soprattutto, tramite gli Stati membri. A livello nazionale anche alcuni Ministeri hanno la possibilità di erogare risorse finanziarie sulla base di leggi specifiche: si segnalano la 266/91 (Legge quadro sul volontariato) e la 383/2000 (Disciplina delle associazioni di promozione sociale). Si ricorda che anche alcune amministrazioni periferiche dello Stato come le amministrazioni penitenziarie e le scuole, hanno risorse (limitate) a supporto di bandi. Flussi importanti sono gestiti dalle Regioni sia finanziati da leggi specifiche regionali che veicolati da istituzioni europee. Enti locali, Comuni ed anche ASL completano il quadro.



I siti web delle varie istituzioni pubbliche e private costituiscono le fonti informative essenziali.

PER APPROFONDIRE: BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- S. Arduini, 'Testo Unico', pag 45 di Vita, giugno 2014
- L. Bandera, 2013, in "Primo rapporto sul secondo Welfare in Italia", Capitolo 7, Centro Studi Einaudi, Torino. (http://www.secondowelfare.it/edt/file/PRIMO_RAPPORTO_SUL_SECONDO_WELFARE_IN_ITALIA.pdf)
- L. Balbo, 2014, "Impact Investing Lab", SDA Bocconi, Milano.
- Best Business Solutions, "Il servizio minibond", Roma.
- Big Society Capital, 2012, "Vision, mission and activities".
- B. Cassola, 2011, "Il Microcredito: cos'è e come funziona", Ecra edizioni, Roma.
- D. Castrataro, 2013, "Crowdfunding, la finanza del tutti per uno", numero 3, marzo 2013 Vita.
- D. Castrataro e I. Pais, 2014, Analisi delle Piattaforme Italiane di Crowdfunding (Aggiornamento Semestrale Maggio 2014), Italian Crowdfunding Network. (<http://www.fundraisingschool.it/wp-content/uploads/2014/06/2014analisiidellepiattaformeitalianedicrowdfundingcastrataropais-140520051353-phpapp011.pdf>)
- D. Ciravegna e A. Limone, 2007, "Otto modi di dire microcredito", Il Mulino, Bologna.
- Commissione Europea, 2012, "L'Atto per il mercato unico II. Insieme per una nuova crescita", Bruxelles.
- Cooperative Italiane, Alleanza delle, 2014, "Le cooperative italiane potenzialmente idonee ad emettere obbligazioni e minibond", numero 14 maggio 2014.
- Corso Impact Investing: La nuova Asset Class per una Finanza Sostenibile, organizzato da Fondazione Lang con Forum della Finanza Sostenibile, 2013, Milano.
- D. Dal Maso, 2013, "Comprendere l'impact investing ecosystem: dove nasce l'impact investing", lezione tenuta nell'ambito del Corso Impact Investing, Milano.
- A. Duqi, 2014, "Performance economica e sociale delle istituzioni di Microfinanza", Fondazione Cariplo, Collana "Quaderni dell'Osservatorio" n° 15. (http://www.fondazionecariplo.it/static/upload/qua/qua_microcredito_web2.pdf)
- Ente Nazionale per il Microcredito, 2013, "Le multiformi caratteristiche del Microcredito".
- Fondazione Cariplo, 2013, "I Social Impact Bond", Collana "Quaderni dell'Osservatorio" n. 11. (http://www.fondazionecariplo.it/static/upload/qua/qua_sib1.pdf)
- M. Gabbrielli, D. D'Affronto, R. Bellina, P. Chiappa, 2014, "Dal Decreto Sviluppo al Decreto Destinazione Italia con i MINI BOND per il rilancio delle PMI Italiane".
- GECES, 2013, "Presentation of Report produced by GECES Sub-group on Social Impact Measurement".
- Human Foundation, 2014, "La Terra di Mezzo: l'impresa tra profit e nonprofit", Seminario, Roma
- Human Foundation, 2014, "Il Microcredito", Seminario, Roma
- David E.K. Hunter, 2014, Working hard. Working well, Guida pratica al performance management, AMI Trustee in collaborazione con Fondazione Lang Italia
- L. Iezzi, 2010, "Il salvagente del microcredito per arrivare alla fine del mese", Roma.
- M. Martin, 2014, "Come rendere appetibile l'Impact Investing", Working Papers a cura di Impact Economy, Vol. 4., 2a edizione, Ginevra, Edizione italiana a cura di Fondazione Cariplo. (http://www.impacteconomy.com/papers/IE_WP4_IT.pdf)
- M. Martin, 2014, "Driving Innovation through Corporate Impact Venturing: A Primer on Business Transformation", Impact Economy Primer Series, Vol. 3.
- F. Malanchini, 2013 (a), "L'impact investing in pratica", Impact Finance Management.

- A. Mazzullo, 2014, "Innovazione nel Terzo Settore, una sfida possibile", S.A.F. Scuola di Alta Formazione Luigi Martino, Milano.
(http://www.odcec.mi.it/Libraries/Materiale_Convegni/ODCEC_Milano_10_priile_2014_LAST_Alessandro_Mazzullo.pdf)
- A. Messina, 'Il microcredito non ha bisogno di enti inutili', pag 113 di Vita, novembre 2013.
- A. Messina (a cura di), 2003, 'Denaro senza lucro. Manuale di gestione finanziaria per il terzo settore', Carocci editore
- Oltre Venture, 2014 (a), "Our approach to impact investing", SDA Bocconi, Milano.
(http://www.sdabocconi.it/sites/default/files/upload/pdf/our_approach_to_Impact_Investing.pdf)
- Osservatorio UBI Banca, 2013 (a), "Indagine sui fabbisogni finanziari della cooperazione sociale in Italia", II e III Edizione.
- Osservatorio UBI Banca, 2013 (b), "Indagine sui fabbisogni finanziari delle associazioni in Italia", II e III Edizione.
- S. Padovani e A. Giaretta, 2014, Diritto 24 del Sole 24 Ore, 28 aprile 2014.
- P. Pierri, 2014, La finanza sociale, Pierri Philanthropy Advisory, Milano.
- L. Piovanello, 2013, "Impact Plan: approccio di portafoglio – come misurare l'impatto sociale", lezione tenuta nell'ambito del Corso Impact Investing, Milano.
- R. Randazzo, 2014, "Fare Impact Investing", SDA Bocconi, Milano.
(http://www.sdabocconi.it/sites/default/files/upload/pdf/26_03_14_Randazzo.pdf)
- R. Randazzo, 2013, "Dalla finanza sociale all'impact investing", lezione tenuta nell'ambito del Corso Impact Investing, Milano.
- Rapporto al G7, 2014, "La finanza che include: gli investimenti ad impatto sociale per una nuova economia", rapporto italiano della Social Impact Investment Task Force.
- Rapporto al G7, 2014, "The invisible heart of markets", Report of the Social Impact Investment Task Force established under the UK's presidency of the G8.
- The SROI Network, 2014, "SROI - Guida al ritorno sociale sull'investimento", Edizione italiana a cura di Human Foundation.
- Unione Europea, 2010, "L'atto per il mercato unico per un'economia sociale di mercato altamente competitiva".
- V. Vecchi, 2014, "Impact Investing", SDA Bocconi, Milano.
- L. Viganò (a cura di), 2004, Microfinanza in Europa, Fondazione G. Dell'Amore e Fondazione Europea G. Venosta, Giuffrè, Milano.
- D. Zanoni, 2013, "SROI – Social Return on Investment", lezione tenuta nell'ambito del Corso Impact Investing, Milano.

GLOSSARIO





TERMINI	DEFINIZIONI
ANCHOR INVESTOR	Investitore di riferimento che può fungere da catalizzatore sul mercato dei capitali in un'ottica di investimento di lungo periodo.
ASSET CLASS	Classe di investimento, ovvero le diverse tipologie di beni acquistabili (azioni, obbligazioni, immobili,...) a cui corrispondono diversi livelli di rischio e rendimento. La diversificazione del portafoglio tra le diverse asset class è il risultato del processo di asset allocation.
ASSET MANAGEMENT	Gestione del patrimonio per conto terzi, comprendente le gestioni collettive (fondi comuni aperti, chiusi, immobiliari, fondi pensione e SICAV), i prodotti assicurativi a capitalizzazione e le gestioni individuali (effettuate dalle banche, dalle SIM e dalle società fiduciarie).
ASSOCIAZIONE	L'associazione è un insieme di persone fisiche che si uniscono per realizzare uno scopo comune, definito all'atto stesso dell'associarsi e portato avanti mediante un'organizzazione stabile. Tra le finalità più comunemente perseguite vi sono quelle di tipo assistenziale, sociale, sportivo, ricreativo e culturale. Si tratta di una formazione sociale variamente tutelata all'ordinamento giuridico statale. In particolare trova espreso riconoscimento e garanzia sia nel testo costituzionale all'articolo 18 che nel Libro I del Codice civile italiano. Le associazioni si distinguono in riconosciute e non riconosciute: le prime si costituiscono mediante atto pubblico, divenendo così persone giuridiche di diritto privato e godendo di un'autonomia patrimoniale perfetta, rispondendo perciò anche dei debiti sociali. Le seconde invece hanno un'autonomia patrimoniale imperfetta: in caso di fallimento sono i soci stessi a rispondere con il loro patrimonio.
BOND	Titolo obbligazionario che rappresenta un credito nei confronti di un'impresa o di un ente pubblico (es. Stato sovrano).
BUSINESS PLAN	Documento strutturato secondo uno schema specifico che declina e sintetizza le caratteristiche principali del processo imprenditoriale, specie nella fase di costruzione dell'impresa.
CLUSTER	Per cluster si intende un insieme di imprese interconnesse, istituzioni, università, fondi di capitale di rischio e altri attori geograficamente concentrati che cooperano e, allo stesso tempo, competono per ottenere vantaggi competitivi.
COOPERATIVE SOCIALI	Le cooperative sociali sono cooperative fondate con lo scopo di sostenere la promozione umana e l'integrazione sociale e lavorativa dei cittadini appartenenti alle cosiddette categorie svantaggiate e deboli (ex carcerati, disabili, ragazze-madri ecc.). Sono disciplinate dalla legge n. 381 dell'8 novembre 1991 che le suddivide in due tipologie: Tipo A: Perseguono l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale attraverso la gestione dei servizi socio sanitari ed educativi. Tipo B: Svolgono attività agricole, industriali, commerciali o di servizi finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate.
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)	La "Responsabilità Sociale d'Impresa" è l'impegno da parte dell'azienda ad assumere responsabilità che vanno oltre le leggi, rilevanti per un progresso positivo della società, dell'ambiente e per gli interessi degli stessi stakeholder dell'azienda.
CROWDFUNDING	Il termine crowdfunding (in italiano "finanziamento di massa") indica il processo con cui più persone ("folla" o crowd) conferiscono somme di denaro (funding), anche di modesta entità, per finanziare un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere, utilizzando siti internet ("piattaforme" o "portali").
DUE DILIGENCE	Processo di analisi di un'azienda, di un'emissione di titoli ecc. per verificare il valore, il merito creditizio ecc. La due diligence può essere condotta da società terze, quali le agenzie di rating. È l'insieme delle attività svolte per giungere ad una valutazione finale.
EARLY STAGE	Le aziende che si trovano nella fase early stage sono quelle nella fase iniziale del ciclo di vita e che faticano a trovare negli strumenti finanziari tradizionali una risposta adeguata alle loro necessità finanziarie.
EBITDA	EBITDA è l'acronimo inglese di Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, cioè margine reddituale che misura l'utile di una azienda prima degli interessi, delle imposte, delle tasse, delle componenti straordinarie, delle svalutazioni e degli ammortamenti.

EQUITY	È il capitale di rischio di un'impresa rappresentato da azioni nel caso di società per azioni, oppure quote.
EXIT STRATEGY	Si tratta della strategia che gli investitori devono identificare per la dismissione dell'investimento effettuato nell'impresa in un orizzonte di medio - lungo periodo.
FUND RAISER	È colui (soggetto singolo o collettivo) che è professionista del «fund raising» avendo acquisito delle competenze principalmente nei settori della psicologia, della comunicazione, del marketing, del diritto, delle pubbliche relazioni, possedendo altresì abilità in termini di praticità, sensibilità e «savoir faire». Tutto ciò per rilevare, analizzare, valutare, ideare, predisporre e realizzare le azioni di «fund raising» più coerenti alle tipologie di donatori che si vogliono coinvolgere.
FUND RAISING	Insieme delle strategie e delle azioni che un'azienda nonprofit deve mettere in atto affinché si sviluppi nel tempo un continuo afflusso di risorse finanziarie elargite gratuitamente per sostenere le attività istituzionali (anche sotto forma di progetti) dell'ente. Significa letteralmente dall'inglese "innalzamento/elevamento di fondi".
IMPACT INVESTING	Investimenti in imprese, organizzazioni, fondi fatti con l'intenzione di generare un impatto sociale e ambientale misurabile insieme a un ritorno finanziario.
IMPATTO SOCIALE	Il cambiamento direttamente attribuibile a un intervento (azione, programma, servizio) cioè l'outcome "depurato" da ciò che sarebbe successo anche senza l'intervento. Anche, in modo più esteso, gli effetti generati dall'attività /progetto sul tessuto sociale e sul benessere delle persone e delle comunità. Sia outcome che impatto si riferiscono a cambiamenti che, dal punto di vista degli stakeholder, possono essere: non pianificati (inattesi) o pianificati (attesi); positivi o negativi.
IMPRESA SOCIALE	Il Decreto Legislativo n° 155 del 2006 ha introdotto la disciplina della "impresa sociale", nuova qualifica che le organizzazioni nonprofit possono assumere senza che cambi la disciplina per esse dettata dalle norme specifiche che le regolano, come, per esempio, la Legge n° 266 del 1991 per le organizzazioni di volontariato o la n° 381 del 1991 sulle cooperative sociali. Da ciò deriva che le conseguenze pratiche di questo decreto per le organizzazioni nonprofit sono piuttosto limitate, anche se esso contiene alcune innovazioni interessanti soprattutto perché volte a garantire la trasparenza e l'affidabilità presso il pubblico di questi enti che assumono anche la qualifica di "impresa sociale". Invece, le imprese che assumono la qualifica di "impresa sociale" diventano, assieme alle società cooperative a mutualità prevalente che non hanno questa qualifica, il trait d'union fra il mondo delle organizzazioni a scopo di lucro (o profit) e quello degli enti senza scopo di lucro (o nonprofit). L'impresa sociale scinde per la prima volta il nesso giuridico fra il concetto di impresa (esclusa l'impresa cooperativa ed, in particolare, l'impresa cooperativa sociale) e quello di scopo di lucro, per il quale la sua attività è finalizzata a generare un utile che andrà all'imprenditore o sarà diviso fra i soci. In tal modo il legislatore ha preso atto dell'esistenza di forme imprenditoriali ed organizzative volte a perseguire finalità sociali o solidaristiche che operano nel mercato concorrenziale.
INPUT	Contributi e risorse messe in campo per la realizzazione dell'attività/progetto.
KNOW HOW	Termine che individua conoscenze e abilità necessarie per svolgere una determinata attività di lavoro.
MICROCREDITO	Particolare forma di credito caratterizzata da importi di basso ammontare e senza vincoli di garanzia dati a persone povere o a piccoli imprenditori a basso reddito per l'avviamento e lo sviluppo di impresa.
MICROFINANZA	L'insieme di quei prodotti e servizi finanziari offerti da istituti bancari specializzati o da altre istituzioni non bancarie autorizzate a clienti reputati non solvibili: comprende, oltre al microcredito che ne costituisce la parte preponderante, la microassicurazione, il microleasing, ...
MINI BOND	Titoli di credito, nello specifico obbligazioni, che possono essere emessi da imprese non quotate (società di capitali, società cooperative,...) con l'obiettivo di raccogliere nuove risorse finanziarie, diversificando le proprie fonti di finanziamento a titolo di debito rispetto ai canali bancari tradizionali.
MONITORAGGIO	Raccolta sistematica di dati e di informazioni che consente di tenere sotto controllo il procedere dell'attività rispetto a quanto pianificato e di fornire elementi di valutazione.

NETWORK	Rete, intesa in particolare come rete di collaborazioni e contatti, che un soggetto può sviluppare e su cui può contare.
NONPROFIT	Indica quell'insieme, vasto ed eterogeneo, di aggregazioni collettive che sotto un profilo strettamente funzionale intendono collocarsi su una terza via rispetto allo Stato e al mercato. Fanno parte oggi del settore Nonprofit: le associazioni riconosciute e non riconosciute, i comitati, le fondazioni, le cooperative sociali, le organizzazioni di volontariato, le onlus, le associazioni di promozione sociale, le ong e le imprese sociali. Le principali aree di intervento vanno dallo sport passando per cultura, sanità, assistenza sociale, ricerca fino ad ambiente, cooperazione e volontariato. Si tratta di un fenomeno polivalente che tenta di dare una risposta, spesso riuscendoci, ai fallimenti dello Stato o del mercato.
ONLUS	Le Onlus, organizzazioni non lucrative di utilità sociale disciplinate dal decreto legislativo n. 460/97, definiscono in termini esclusivamente fiscali molteplici tipologie di enti nonprofit: associazioni, comitati, fondazioni, società e cooperative ecc. Scopo della legge è di agevolare fiscalmente, in presenza di determinate condizioni ed entro limiti ben precisi, le organizzazioni nonprofit e di favorirne la diffusione nel Paese.
OUTCOME	Effetti dell'intervento/cambiamento generato sui diretti interessati.
OUTPUT	Attività realizzate e i loro risultati immediati.
PRIVATE EQUITY	Include gli investimenti in società non quotate su mercati regolamentati effettuati tramite l'acquisizione di quote (di maggioranza o di minoranza), comunque finalizzate alla valorizzazione della società attraverso la gestione diretta, o il controllo stretto su di essa, in funzione della fase nel ciclo di vita aziendale che l'azienda target attraversa.
SHARED SOCIAL RESPONSIBILITY (SSR)	Approccio proposto dal Consiglio d'Europa, e successivamente dalla Commissione Europea, con l'obiettivo di aumentare efficienza ed efficacia dei servizi sociali, coinvolgendo nella progettazione e nella erogazione anche i fruitori del servizio e il loro contesto (es. familiari); l'approccio richiede competenza e impegno da parte di tutti i contributori per raggiungere gli obiettivi condivisi.
SOCIAL BOND	Sono obbligazioni tradizionali finalizzati a sostenere finanziariamente iniziative nonprofit.
SOCIAL IMPACT BOND	Conosciuto anche come Pay for Success Bond, è uno strumento finanziario finalizzato alla raccolta, da parte del settore pubblico, di finanziamenti privati. La remunerazione del capitale investito tramite questi strumenti è agganciata al raggiungimento di un determinato risultato sociale.
TERZO SETTORE	È quell'insieme, vasto ed eterogeneo, di aggregazioni collettive (associazioni, gruppi, comitati, cooperative, fondazioni, enti, ect) che intendono collocarsi, come funzione e natura giuridica, su una terza via rispetto allo Stato e alla Pubblica amministrazione e rispetto al mercato e alle sue logiche.
THEORY OF CHANGE / TEORIA DEL CAMBIAMENTO	Una descrizione specifica e articolata della sequenza di attività programmate per realizzare un cambiamento sociale. La TdC definisce con chiarezza i risultati che si intende raggiungere e come; mette in evidenza perché sia importante raggiungere outcome intermedi; fornisce la base e la struttura per identificare le evidenze che possono essere misurate.
VALUTAZIONE	Utilizzo delle informazioni del monitoraggio e di altre fonti per identificare e interpretare i risultati ottenuti da un'organizzazione o l'impatto dei suoi interventi.
VALUTAZIONE D'IMPATTO	Insieme delle operazioni e delle modalità attraverso cui un'organizzazione arriva ad identificare il cambiamento generato dalla sua attività specifica.
VENTURE CAPITAL	Apporto di capitale di rischio da parte di un investitore per finanziare l'avvio o la crescita di un'attività in settori ad elevato potenziale di sviluppo. L'investimento di venture capital si caratterizza per l'elevato livello di rischio anche perché effettuato in imprese in fase di sviluppo o in ambiti tecnologici ad alto contenuto di innovazione. L'investimento è di medio - lungo periodo (5-10 anni) e viene smobilizzato, se possibile, quando l'impresa ha raggiunto un sufficiente grado di sviluppo. È una categoria del private equity.
VENTURE PHILANTROPY	Attività finalizzata a fornire supporto finanziario e non finanziario (partecipazione attiva nell'organizzazione, supporto manageriale, ...), che persegue prevalentemente un obiettivo sociale, ponendosi in un'ottica di ritorno nel lungo periodo.

FONDAZIONE SODALITAS

via Pantano 2 • 20122 Milano • tel +39 02 86460236 • sodalitas@sodalitas.it

sodalitas.it •  [Fondazione Sodalitas](#) •  [@FondSodalitas](#) •  [Fondazione Sodalitas](#) •  [Fond Sodalitas](#)