

Investimenti. Le applicazioni dello Sroi

Così si misura il «ritorno» sociale

Adriano Lovera

Quanto vale un investimento sociale? Il calcolo si può fare. Un approccio basato sullo Sroi (Social return on investment) permette di dare una misura ai risultati ottenuti finanziando il Terzo settore. E si possono scoprire esiti sorprendenti, come quello di aver generato 5 euro per ogni euro impegnato.

Di metodologia Sroi si parla da una decina d'anni. Si tratta, in sostanza, di studiare gli impatti sociali prodotti da un singolo progetto, i benefici economici diretti per l'impresa e per l'organizzazione non profit, e quelli reputazionali indiretti a vantaggio del finanziatore. Il primo passo è identificarne gli stakeholder, studiare le attività in cui sono stati coinvolti e dare a queste un valore economico. Poi si calcola il rapporto tra quanto investito e quanto creato, per ottenere un tasso Sroi.

Un esempio concreto alla diffusione di questo sistema arriva da Aism (Associazione italiana sclerosi multipla), che ha messo sotto la lente di ingrandimento

le sue partnership con Oro Saiwa (gruppo Kraft) e Cariparma (Credit Agricole). «Non è un lavoro semplice, ma è una stima quanto mai utile in un momento di crisi come questo, dove ogni soggetto ha bisogno di ottimizzare gli investimenti. Anche quelli nel sociale», afferma Danilo Devigili, manager della

LA METODOLOGIA

Un set di indicatori consente la valutazione degli effetti economici prodotti dalle scelte di «corporate giving»

società di consulenza Rga, che ha condotto lo studio. Nel biennio 2010-2011 Oro Saiwa ha donato 250mila euro ad Aism per servizi di terapia riabilitativa. Ha prodotto risparmi per quasi 750mila euro a beneficio delle famiglie e della sanità pubblica, ma ha fruttato anche 200mila euro grazie all'aumento di visibilità dei propri marchi e 456mila a

favore di Aism in termini di visibilità, raccolta indiretta di fondi e recupero di anagrafiche di potenziali donatori. Sommando tutti i fattori l'investimento iniziale ha dato vita a poco meno di 1,4 milioni, cioè appunto 5,6 euro per ogni euro donato. Nel caso di Cariparma si trattava, invece, di un contributo da 309mila euro elargito per il Progetto Famiglia, che ha fruttato un valore vicino al mezzo milione di euro.

«Di pari passo con i nuovi modelli di business del mercato, occorrono nuovi strumenti anche per valutare gli impatti sociali, al di là di quelli finanziari», spiega Marlon Van Dijk, direttore generale di Social E-valuator, impresa olandese specializzata nell'applicazione della metodologia Sroi, che da poco ha lanciato una piattaforma informatica anche in italiano. Ma quanto costa un'analisi del genere? «Grosso modo qualche decina di migliaia di euro. Per chi è impegnato nella responsabilità sociale è consigliabile soprattutto per effettuare simulazioni sui possibili ritorni di un investimento», afferma Devigili.

Fermo restando che non tutto, nel non profit, è misurabile. «Perché alla fine - commenta Roberta Amadeo, presidente della Conferenza delle persone con sclerosi multipla - il valore più grande è quello che restituisce dignità alla persona».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

