

# Guida

per startup innovative a vocazione sociale alla redazione del  
“Documento di Descrizione dell’Impatto Sociale”

21 gennaio 2014

Ministero dello sviluppo economico  
Segreteria tecnica del Ministro

## SOMMARIO

<b>NOZIONE GIURIDICA DI STARTUP INNOVATIVA A VOCAZIONE SOCIALE.....</b>	<b>3</b>
<b>PERCHÉ UNA PROCEDURA AD HOC PER RICONOSCERE LE STARTUP INNOVATIVE A VOCAZIONE SOCIALE .....</b>	<b>6</b>
<b>UNA PROCEDURA FLESSIBILE, FONDATA SULLA DESCRIZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE .....</b>	<b>8</b>
<b>LINEE GUIDA PER LA REDAZIONE DEL DOCUMENTO DI DESCRIZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE .....</b>	<b>10</b>
<b><i>ALLEGATO 1</i> – GRIGLIA DI MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE .....</b>	<b>14</b>
<b><i>ALLEGATO 2</i> – GRIGLIA SETTORI ATECO A VOCAZIONE SOCIALE.....</b>	<b>19</b>
<b><i>ALLEGATO 3</i> – UN ESEMPIO DI COMPILAZIONE DEL DOCUMENTO .....</b>	<b>20</b>

## NOZIONE GIURIDICA DI STARTUP INNOVATIVA A VOCAZIONE SOCIALE

Il Decreto-Legge 179/2012, convertito con Legge 221/2012, ha introdotto nell'ordinamento giuridico italiano la nozione di nuova impresa innovativa ad alto valore tecnologico, la *startup innovativa*. Tracciando i requisiti identificativi di questa tipologia aziendale, ha disposto a suo favore una vasta gamma di misure di vantaggio, che si articolano in agevolazioni di natura fiscale, una disciplina flessibile per la gestione societaria e dei rapporti di lavoro, strumenti su misura volti a favorire l'accesso al credito e la raccolta di capitali e altre misure descritte in questa [scheda di sintesi](#). La definizione di startup innovativa non prevede vincoli di natura anagrafica in capo alla compagine societaria, né limitazioni legate al settore di attività, perché l'obiettivo ultimo del provvedimento è la promozione dell'innovazione tecnologica in ogni ramo economico.

L'unica differenziazione prevista dal Decreto-Legge riguarda le **startup innovative “a vocazione sociale” (d'ora in avanti “SIAVS”)**. Secondo l'**art. 25, comma 4, le SIAVS possiedono gli stessi requisiti posti in capo alle altre startup innovative<sup>1</sup>, ma operano in alcuni settori specifici che l'articolo 2, comma 1, del Decreto Legislativo 155/2006 sull'impresa sociale, considera di particolare valore sociale.**

---

<sup>1</sup> La normativa si riferisce esplicitamente alle startup *innovative* per mettere in evidenza che il target è costituito dalle imprese il cui business è chiaramente legato all'innovazione, all'utilizzo della conoscenza e della tecnologia. Per beneficiare delle misure di sostegno, la startup innovativa deve configurarsi come una società di capitali non quotata in possesso dei seguenti requisiti:

- a. essere nuova o attiva da meno di quattro anni;
- b. avere la sede principale in Italia;
- c. presentare meno di 5 milioni di euro di fatturato;
- d. non distribuire utili;
- e. avere come oggetto sociale esclusivo o prevalente la produzione, lo sviluppo e la commercializzazione di beni o servizi innovativi ad alto valore tecnologico;
- f. non essere stata costituita da una fusione, scissione societaria o a seguito di cessione di azienda o di ramo di azienda;
- g. soddisfare almeno uno dei seguenti criteri:
  1. almeno il 15% del maggiore tra costi e ricavi annui è attribuibile ad attività di R&S;
  2. il team è composto o per almeno 1/3 da dottorandi o dottori di ricerca o da personale che ha svolto attività di ricerca per almeno 3 anni, oppure per almeno 2/3 da detentori di laurea magistrale;
  3. l'impresa è proprietaria, depositaria o licenziataria di un brevetto, di una privativa industriale o di un elaboratore originario registrato.

La normativa si rivolge anche alle imprese costituite da meno di 4 anni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione, vale a dire il 18 dicembre 2014. Per approfondimenti, si rimanda a pagina 13 e 14 della [Circolare 16/E](#) sugli incentivi fiscali in favore di startup innovative e incubatori certificati emessa l'11 giugno 2014 dall'Agenzia delle Entrate.

I **settori** individuati da tale provvedimento sono:

- assistenza sociale;
- assistenza sanitaria;
- educazione, istruzione e formazione;
- tutela dell'ambiente e dell'ecosistema;
- valorizzazione del patrimonio culturale;
- turismo sociale;
- formazione universitaria e post-universitaria;
- ricerca ed erogazione di servizi culturali;
- formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo;
- servizi strumentali alle imprese sociali, resi da enti composti in misura superiore al settanta per cento da organizzazioni che esercitano un'impresa sociale<sup>2</sup>.

Perseguendo in misura significativa, accanto a una logica di business, finalità legate al benessere della collettività, le SIAVS possono risultare meno “attraenti” sul mercato, determinando un **ritorno sugli investimenti inferiore** rispetto a quello generato da altre imprese: per correggere questa asimmetria, l'art. 29 del Decreto-Legge 179/2012 ha assegnato dei **benefici fiscali maggiorati** a favore degli operatori che investono in questa particolare tipologia di startup innovativa. In particolare, alle persone fisiche e giuridiche che investono in SIAVS sono riconosciute rispettivamente detrazioni IRPEF del 25% e deduzioni IRES del 27%, mentre queste aliquote si attestano al 19% e al 20% per gli investimenti nelle altre startup innovative.

Accanto alle startup innovative a vocazione sociale, anche un'altra sotto-tipologia di startup innovativa gode di questo trattamento fiscale di particolare vantaggio: l'impresa che sviluppa e commercializza esclusivamente prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico in ambito energetico. Ma mentre il meccanismo di identificazione di quest'ultima tipologia ha ricevuto una codificazione normativa rigida che contempla una lista di codici Ateco di

---

<sup>2</sup> Per approfondimenti, si rimanda al [testo](#) della norma.

riferimento<sup>3</sup>, il riconoscimento delle SIAVS richiede una procedura più flessibile, ritagliata sulle esigenze di imprese che assumono una doppia connotazione legata alla realizzazione di attività che, pur facendo ricorso ad innovazioni di tipo tecnologico, perseguono finalità sociali.

---

<sup>3</sup> Dando concreta attuazione alla previsione sui benefici fiscali all'investimento in startup innovative previsti al citato art. 29 del Decreto-Legge 179/2012, il [decreto emesso il 30 gennaio 2014 dal Ministero dell'economia e delle finanze di concerto con il Ministero dello sviluppo economico](#) ha provveduto a delimitare l'ambito d'applicazione delle maggiorazioni a favore delle startup innovative che operano in ambito energetico tracciando una lista di codici Ateco. Tale lista è disponibile nell'allegato al decreto.

## PERCHÉ UNA PROCEDURA AD HOC PER RICONOSCERE LE STARTUP INNOVATIVE A VOCAZIONE SOCIALE

### MECCANISMO DI RICONOSCIMENTO

Assorbendo quanto disposto dalla [Circolare 3677/C](#) emessa dal Ministero dello sviluppo economico il 20 gennaio 2015, il presente documento mira a tracciare **una nuova procedura strutturata per il riconoscimento delle SIAVS**.

Spesso al concetto di tecnologia viene associato un carattere di impersonalità, di indifferenza rispetto alle ripercussioni prodotte sugli individui e sulla collettività. Favorendo il riconoscimento delle startup innovative *a vocazione sociale* si mira a scalfire questa stratificazione culturale superata e mettere in luce che anche le nuove imprese ad alto contenuto tecnologico possono impattare sul benessere della collettività – o, esaminando la questione da un'altra prospettiva, che la produzione di impatto sociale non è appannaggio esclusivo delle imprese sociali.

Anzi, va sottolineato come, pur richiamandosi alla lista di settori tracciata dalla normativa sull'impresa sociale, la nozione giuridica di SIAVS non richieda all'azienda la contemporanea iscrizione al registro delle imprese sociali. Ciononostante, la loro connessione con il mondo dell'imprenditoria sociale è lampante, e il presente documento si mette a servizio del legislatore attualmente impegnato nella ridefinizione della disciplina delle imprese sociali.

È necessario assicurare che le SIAVS, e gli operatori che decidono di farne oggetto di investimento, possano beneficiare di un livello di certezza adeguato sulla presenza o meno di questo status speciale.

Come già accennato, un sistema di riconoscimento fondato sulla corrispondenza con una data lista di **codici Ateco**, come avviene nel caso delle startup innovative che operano in ambito energetico, non pare la soluzione più adeguata, non a caso il decreto attuativo citato alla nota n. 3 tace in tal senso. Spesso infatti le SIAVS operano in modo trasversale, generando attività "ibride" che riguardano diversi settori e sfuggono a classificazioni rigide<sup>4</sup>.

Ad esempio Pedius, la startup innovativa che si è prestata a fornire l'esempio di compilazione del "Documento di descrizione di impatto sociale" (→ v. Allegato 2), presenta codice Ateco "J61 Telecomunicazioni". Stando a tale codificazione, che non intercetta nessuno dei settori

---

<sup>4</sup> Ciononostante, per facilitare l'attività di controllo da parte delle autorità preposte, si suggerisce di optare, al momento dell'iscrizione della nuova impresa, per uno o più codici Ateco tra quelli indicati all'Allegato 2 (p. 19) con cui vi è una connessione concettuale.

elencati all'art. 2, comma 1, del Decreto Legislativo 155/2006, si sarebbe portati ad escludere l'applicabilità dello status di SIAVS. Ma conoscendo meglio Pedius, si scopre che si tratta di un'applicazione mobile che permette alle persone affette da sordità di effettuare delle normali telefonate. Sfruttando le tecnologie di sintesi e riconoscimento vocale, che permettono di trasformare il testo in voce e la voce in testo, l'azienda in questione opera nel campo dell'innovazione tecnologica – come ogni startup innovativa – e al contempo produce un impatto a beneficio della collettività. Ponendosi l'obiettivo di migliorare le relazioni sociali delle persone affette di sordità, l'attività condotta da Pedius può essere a buon diritto ascrivibile al settore dell'assistenza sanitaria ricompreso nell'elenco fornito dalla norma sull'impresa sociale e, come il nostro buon senso ci suggerisce, rappresenta un caso emblematico di SIAVS.

La procedura che ci accingiamo a descrivere può aiutare Pedius e tanti altri possibili “falsi negativi” celati nel registro delle startup innovative a venire alla luce e dare conto esternamente della propria identità di impresa che genera un impatto sociale operando in uno dei settori previsti dalla normativa sull'impresa sociale, l'ancoramento alla quale – come abbiamo visto – rappresenta un requisito intrinseco alla nozione giuridica di SIAVS.

Al contempo, la compilazione da parte dell'impresa di un documento che descriva l'impatto sociale atteso o prodotto, può facilitare le attività preposte ai sensi dell'[art. 31, comma 5, del DL 179/2012](#) nel controllo della sussistenza del requisito – l'operatività in uno o più dei settori previsti dal Decreto Legislativo 155/2006 – necessario per l'attribuzione dello status di SIAVS e per la liceità di eventuali agevolazioni maggiorate assegnate all'investitore.

Com'è evidente, la procedura si pone l'obiettivo di oliare i meccanismi che si instaurano tra imprese soggette ad un beneficio e autorità coinvolte nella funzione di controllo sulla liceità di tale beneficio, ricorrendo a uno strumento di comunicazione leggero e flessibile come quello che ci apprestiamo a descrivere.

Leggero: non eccessivamente oneroso per l'impresa chiamata ad adempiere.

Flessibile: adattabile al caso specifico, non ancorato a parametri rigidi e immutabili.

## **UNA PROCEDURA FLESSIBILE, FONDATA SULLA DESCRIZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE**

Entrando nel vivo della nuova procedura per il riconoscimento dello status di SIAVS, essa si articola innanzitutto in un'**autocertificazione** con cui l'impresa:

1. dichiara di operare in via esclusiva in uno o più dei settori elencati all'articolo 2, comma 1, del decreto legislativo 24 marzo 2006, n. 155;
2. indica tale/i settore/i;
3. dichiara di perseguire, operando in tale/i settori, una finalità d'interesse generale;
4. si impegna a dare evidenza dell'impatto sociale così prodotto.

**Quest'ultimo punto si sostanzia nella redazione, una volta l'anno, di un "Documento di descrizione di impatto sociale"**, da compilare secondo le linee guida fornite al paragrafo successivo e sulla scorta dell'esempio disponibile all'ultimo paragrafo.

La SIAVS è tenuta a redigere e trasmettere in via telematica alla camera di commercio competente il "Documento di descrizione di impatto sociale" in occasione dell'invio dell'autocertificazione citata e, a partire dall'anno successivo, in occasione della comunicazione annuale di conferma dei requisiti prevista ai sensi dell'art. 25, comma 15 del DL 179/2012.

Com'è intuibile, tempi e modalità della trasmissione dell'autocertificazione dello status di SIAVS e del "Documento di descrizione di impatto sociale" variano a seconda che l'impresa:

- sia di nuova costituzione e intenda iscriversi alla sezione speciale del registro imprese (accessibile gratuitamente, in formato di database aperto, aggiornato su base settimanale, al sito: <http://startup.registroimprese.it>, sezione "elenchi") qualificandosi come SIAVS;
- sia già costituita e intenda iscriversi alla citata sezione speciale del registro imprese qualificandosi come SIAVS;
- sia già iscritta come startup innovativa alla sezione speciale del registro delle imprese e intenda acquisire lo status di SIAVS.

Per maggiori dettagli su tali questioni di ordine procedurale si rimanda alla "Guida per l'iscrizione delle startup innovative" disponibile al sito [http://startup.registroimprese.it/document/Guida\\_startup.pdf](http://startup.registroimprese.it/document/Guida_startup.pdf), sezione "La startup innovativa a vocazione sociale".



Il “Documento di descrizione di impatto sociale” riguarderà:

- un impatto *atteso* nel caso di imprese di nuova costituzione o comunque non ancora giunte al deposito del primo bilancio;
- un impatto *generato* nel caso di imprese che hanno già depositato il loro primo bilancio.

Nella prima fattispecie, all’impresa è richiesto di fornire una previsione quanto più possibile accurata e attendibile circa l’impatto sociale che intende generare attraverso le proprie attività.

Nella seconda, la descrizione dell’impatto sociale assume maggiore concretezza mediante il ricorso ad elementi qualitativi e, laddove possibile, quantitativi, misurabili.

È bene specificare che, in ogni caso, quello che si richiede è obbligo di rendicontazione e misurazione, non un obbligo di performance.

La procedura così costruita è dunque in grado di associare flessibilità – meccanismo di autocertificazione che lascia in capo all’imprenditore di illustrare l’impatto sociale generato – e solidità – le autorità preposte possono contare su una base documentale per verificare la sussistenza del requisito.

Le imprese sono fortemente incoraggiate a pubblicare il documento prodotto sul proprio sito ufficiale.

## **LINEE GUIDA PER LA REDAZIONE DEL DOCUMENTO DI DESCRIZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE**

Data la finalità primaria del documento stesso – dimostrare attraverso una misurazione il più possibile oggettiva l'impatto sociale prodotto dalla SIAVS – è necessario introdurre in prima battuta cosa si intenda per *impatto sociale*.

Descrivere l'impatto sociale di un'organizzazione significa assegnare alle attività che questa svolge degli effetti più ampi e di lungo termine, effetti intesi come potenziali benefici o cambiamenti che l'intervento genera nella comunità in termini di conoscenze, attitudini, stato, condizioni di vita, valori. Allo stesso tempo, questi risultati devono essere tradotti in termini misurabili<sup>5</sup>.

L'impatto è l'ultimo tassello di quella che viene definita *catena del valore dell'impatto* e che rappresenta una metodologia per analizzare l'attività di un'organizzazione individuandone le risorse utilizzate (*input*), i prodotti o servizi forniti (*output*), i risultati (*outcome*) ed, infine, *l'impatto*, cioè il cambiamento più ampio e di lungo termine. Spezzando l'attività nelle sue singole componenti, risulta più semplice chiarire la fondamentale distinzione tra i risultati immediati di un intervento (ad esempio il numero di partecipanti ad un evento di formazione professionale) e la sua capacità di innescare un cambiamento duraturo, *l'impatto* (aumento del livello di "occupabilità" dei beneficiari).

L'operatore chiamato alla redazione del Documento di Descrizione dell'Impatto Sociale dovrebbe essere sempre guidato dalla finalità ultima di questa informativa, ovvero dare conto delle attività condotte dall'azienda e delle loro ripercussioni sui diversi stakeholder, in ragione delle quali si legittima lo status di SIAVS.

Infine, è importante essere consapevoli che non esiste un solo approccio che possa essere definito il migliore per la misurazione dell'impatto. È fondamentale, quanto difficile, individuare il metodo che meglio rispecchi le specificità dell'organizzazione, del tipo di attività condotte e degli obiettivi che si vogliono perseguire.

In considerazione di quanto appena esposto, le indicazioni che seguono intendono essere esemplificative e non stringenti, proprio perché l'imposizione, in modo obbligatorio, dell'utilizzo di un singolo procedimento non porterebbe ad un risultato efficace.

**Si suggerisce che l'informativa richiesta per dare evidenza dell'impatto sia composta da un documento descrittivo e da una griglia di indicatori.**

---

<sup>5</sup> Definizione riadattata dai lavori di EVPA, GECES Sub-group on Impact Measurement e altri.

## Documento descrittivo

Di seguito, si propone una possibile articolazione in sezioni del *Documento di descrizione di impatto sociale*:

### 1. L'organizzazione

*1.1 Profilo dell'organizzazione* – oltre a un breve accenno alle informazioni generali dell'organizzazione, questa sezione dovrebbe contenere una mappa degli stakeholder che permetta di indicare tutti i soggetti rilevanti per le sue attività e le relazioni in essere con ciascuno di essi.

*1.2 Il problema sociale e la soluzione proposta* – questa seconda sezione dovrebbe presentare una descrizione della mission, vision e del modello di business dell'organizzazione (attività primaria e collaterali, rischi e opportunità, canali di finanziamento etc.).

*1.3 Descrizione delle attività* – Nella terza sezione, è possibile raccontare come l'organizzazione declina i suoi obiettivi nella pratica.

### 2. Il suo impatto sociale

*2.1 Teoria del Cambiamento e Catena del Valore dell'Impatto* – Due strumenti utili per comprendere e quindi descrivere l'impatto sociale dell'organizzazione desidera raggiungere sono la *Teoria del Cambiamento* e la *Catena del Valore dell'Impatto*. La prima permette di capire *perché* le attività porteranno i risultati finali desiderati e la seconda *come* le attività porteranno i risultati finali desiderati.

Concretamente, la metodologia della *Teoria del Cambiamento* prevede a un percorso che parte dagli obiettivi di lungo periodo che l'organizzazione si propone di ottenere e a ritroso individua le condizioni necessarie affinché questo avvenga (“se... allora”). Si otterrà come risultato un rappresentazione grafica della sequenza di attività (con le relative risorse necessarie e prodotti/servizi) che portano al cambiamento desiderato<sup>6</sup>.

La *Teoria del Cambiamento* può essere utilizzata anche come strumento di verifica “ex post”, confrontando i risultati desiderati e i risultati realmente ottenuti.

Il passo successivo è invece articolare le relazioni che esistono tra i diversi elementi precedentemente individuati (*Catena del Valore* dell'Impatto):

---

<sup>6</sup> Per approfondimenti nell'applicazione della Teoria del Cambiamento, si veda:

[http://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/toco\\_library/pdf/ToCBasics.pdf](http://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/toco_library/pdf/ToCBasics.pdf)

<http://www.theoryofchange.org/what-is-theory-of-change/how-does-theory-of-change-work/>

## **Inputs → Attività → Output → Outcome → Impatti**

### **Griglia di indicatori**

Il precedente lavoro di individuazione delle componenti della Catena del Valore dell'Impatto costituisce la base per la scelta degli indicatori. Come già sottolineato, questo strumento permette di identificare gli obiettivi che si vogliono raggiungere con l'attività dell'organizzazione; ed è proprio i risultati maggiormente rilevanti per la mission dell'organizzazione che è necessario misurare per dimostrare l'impatto della stessa. Appare, quindi, opportuno che una buona parte degli indicatori siano riferiti ai passi finali della Catena del Valore dell'Impatto: all'outcome o all'impatto – e non ad output o input – in modo che riescano effettivamente a rappresentare e comunicare il cambiamento che l'organizzazione ha prodotto nella comunità.

Solitamente, la definizione e misurazione di indicatori di output è molto più semplice rispetto agli indicatori di outcome. Tuttavia, gli indicatori di output (es. numero di persone che hanno partecipato ad un evento culturale, il numero di bambini iscritti ad un corso integrativo o il numero di pazienti che hanno avuto accesso ad un servizio sanitario) sono più connessi all'attività dell'impresa sociale che al suo effetto sociale e, nonostante anche queste informazioni possano aggiungere valore al quadro generale, non sono in grado di dimostrare se effettivamente gli outcome desiderati siano stati raggiunti.

Gli indicatori di outcome implicano maggiori sforzi nella definizione e misurazione, presentando un legame meno evidente con l'attività dell'organizzazione. In particolare, gli indicatori di outcome (es. un cambiamento nel comportamento, nelle conoscenze e capacità del singolo o della comunità; crescita nel numero delle persone raggiunte oppure nell'utilizzo del servizio) dovrebbero permettere di comprendere l'effetto che *le attività dell'organizzazione hanno prodotto in più rispetto al normale corso degli eventi*; significa, quindi, sintetizzare delle misure *del grado di raggiungimento degli obiettivi di lungo termine che ci si è posti* in modo che consentano di valutare se la situazione sta cambiando come vorremmo.

Fondamentale è che la dimostrazione dell'impatto assuma sia una forma qualitativa sia una forma quantitativa.

La misurazione attraverso metriche quantitative ha il suo pregio nell'essere sintetica ed immediata. Tuttavia, il metodo quantitativo necessita di essere supportato da una

componente descrittiva che vada ad esplicitare le motivazioni di scelta dell'indicatore e quindi la sua rilevanza per l'attività dell'organizzazione; e, soprattutto, vada ad integrare con una spiegazione di tipo qualitativo tutte quelle informazioni, a volte anche complesse, che sfuggono alla capacità sintetica del metodo quantitativo.

Un possibile set di indicatori viene esposto nella *Griglia di misurazione dell'impatto sociale* in allegato.

## ALLEGATO 1 – GRIGLIA DI MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE

La griglia introduce un set *indicativo, non esaustivo* di indicatori suddividendoli in generali e specifici del settore di operatività e declinandoli in indicatori di output e di outcome.

La compilazione degli indicatori generali costituisce un requisito minimo e obbligatorio, il cui portato informativo può essere esteso tramite commenti di tipo descrittivo.

INDICATORI GENERALI		
INDICATORI DI OUTPUT	INDICATORI DI OUTCOME	COMMENTI
<i>Impatto sociale sui beneficiari</i>		
- Numero di progetti iniziati durante l'anno legati alla mission dell'organizzazione	- Numero di progetti legati alla mission che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno - Presenza di sistemi per la rilevazione dei feedback degli dei beneficiari - Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai servizi erogati	
<i>Impatto sociale sugli operatori interni</i>		
- Numero di progetti iniziati nell'anno con impatto positivo sulle famiglie della forza lavoro (ex. borse di studio, orario di lavoro, mobilità sostenibile, maternità, ...) - Numero di iniziative di formazione per il personale interno	- Presenza di sistemi per la rilevazione dei feedback degli operatori coinvolti nell'attività dell'organizzazione - Numero di posti di lavoro creati (direttamente dall'impresa o indirettamente)	
<i>Governance</i>		
- Composizione della governance (genere, età, minoranze) - Percentuale di rappresentanza dei diversi stakeholder nei processi decisionali	- Presenza di meccanismi di governance partecipativi	
<i>Pari opportunità</i>		
- Rapporto fra uomini/donne nella forza lavoro - Numero di progetti iniziati nell'anno a favore della parità di genere - Numero di progetti iniziati	- Numero di progetti a favore della parità di genere che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno - Numero di progetti a favore	

nell'anno	di portatori di handicap / disabili/ anziani che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno	
<i>Supporto alla ricerca</i>		
- Numero di progetti iniziati durante l'anno che prevedono la collaborazione con enti di ricerca - Numero di attività di ricerca implementate durante l'anno volte al miglioramento e sviluppo delle attività interne dell'organizzazione	- Numero di progetti che prevedono la collaborazione con enti di ricerca che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno	
<i>Sostenibilità ambientale</i>		
- L'impresa possiede impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili (SI/NO) - L'impresa utilizza accorgimenti e tecnologie avanzate per il risparmio energetico (SI/NO) - L'impresa utilizza sistemi per il "green procurement" (SI/NO) - Numero di progetti iniziati nell'anno finalizzati al risparmio di energia consumata dall'impresa: (risparmio ottenuto: ...)	- Numero di progetti finalizzati al risparmio di energia consumata dall'impresa che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno - Presenza di un sistema di reportistica ambientale - Presenza di sistemi di rilevazione degli impatti ambientali	
<i>Legame con il territorio e partecipazione civica</i>		
- Numero di volontari - Numero di collaborazioni attive con associazioni non profit e di volontariato esterne all'impresa durante l'anno - Numero di collaborazione attive con imprese profit durante l'anno - Numero di collaborazioni attive con amministrazioni locali durante l'anno - Percentuale di spesa concentrata sui fornitori	- Incidenza (es. numero di nuove policy, collaborazioni, iniziative di advocacy ... ) dell'attività dell'organizzazioni sui sistemi di policy del territorio - Cambiamenti nella pratiche dei soggetti partner derivanti dalla collaborazione con l'organizzazione	

locali o equo-solidali		
<i>Numero di stakeholders intervistati nel processo di valutazione dell'impatto</i>		
Clienti: Fornitori: Forza lavoro: Associazioni/gruppi: Enti pubblici/università:		
<i>Dati economico finanziari</i>		
- Descrizione delle fonti di finanziamento per categoria (esplicitando i cinque maggiori donatori e l'ammontare dei contributi) - Contratti con il settore pubblico - Donazione - Investimenti da capitali privati	- Aumento percentuale annuale del capitale sociale	

La compilazione si riferisce solo a quegli indicatori applicabili all'impresa specifica a seconda dell'ambito di operatività.

<b>INDICATORI SPECIFICI SETTORIALI</b>		
<b>INDICATORI DI OUTPUT</b>	<b>INDICATORI DI OUTCOME</b>	<b>COMMENTI</b>
<i>Settore: assistenza sociale, assistenza sanitaria</i>		
- Numero di progetti iniziati durante l'anno in tema di assistenza sociale e sanitaria - Numero di persone che hanno beneficiato di tali progetti (di cui appartenenti a fasce deboli: ...)	- Numero di progetti in tema di assistenza sociale e sanitaria che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno - Aumento di consapevolezza della problematica affrontata nei beneficiari - Miglioramento nelle capacità relazionali dell'individuo - Misure di benessere ad hoc rispetto al servizio	
<i>Settore: educazione, istruzione e formazione extrascolastica, universitaria e post-universitaria</i>		
- Numero di progetti iniziati durante l'anno in tema di educazione e formazione - Numero di persone che hanno beneficiato di tali progetti	- Numero di progetti in tema di educazione e formazione che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno - Miglioramento del rendimento accademico dei	



	<p>beneficiari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Completamento dei percorsi di studio</li> <li>- Agevolazioni nell'accesso al mondo del lavoro</li> <li>- Coinvolgimento del nucleo familiare nel percorso formativo del beneficiario</li> <li>- Modifiche nelle aspirazioni del beneficiario</li> </ul>	
<i>Settore: valorizzazione del patrimonio culturale, servizi culturali</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti iniziati durante l'anno per la valorizzazione del patrimonio e dei beni culturali</li> <li>- Numero di clienti nell'ambito dei progetti di cui sopra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti per la valorizzazione del patrimonio e dei beni culturali che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno</li> <li>- Accrescimento nella disponibilità di infrastrutture connesse all'arte e la cultura</li> <li>- Aumento della coesione nella comunità</li> <li>- Aumento della soddisfazione rispetto al vivere in quella determinata località</li> <li>- Livello di inclusività dei servizi e degli eventi culturali</li> </ul>	
<i>Settore: tutela dell'ambiente</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti iniziati durante l'anno per la tutela dell'ambiente</li> <li>- Tonnellate di CO2 risparmiate nel corso dell'anno</li> <li>- Numero di certificati bianchi/verdi prodotti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti per la tutela dell'ambiente che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione nell'anno</li> <li>- Conservazione degli spazi naturali e del patrimonio</li> <li>- Miglioramento dei sistemi energetici</li> <li>- Accrescimento della mobilità sostenibile</li> <li>- Miglioramento nell'attività di riciclaggio</li> <li>- Miglioramento nella disponibilità e utilizzo efficiente dell'acqua</li> </ul>	
<i>Settore: turismo sociale</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti iniziati durante l'anno a favore del turismo sociale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di progetti a favore del turismo sociale che hanno raggiunto gli obiettivi target stabiliti dall'organizzazione</li> </ul>	

<p>- Numero di clienti che hanno partecipato ai progetti di cui sopra</p>	<p>nell'anno</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impatto sull'economia locale</li> <li>- Percentuale della popolazione residente soddisfatta del suo coinvolgimento nella pianificazione delle attività turistiche</li> <li>- Percentuale di visitatori che hanno usato un mezzo di mobilità sostenibile</li> </ul>	
---	--	--

**ALLEGATO 2 – GRIGLIA SETTORI ATECO A VOCAZIONE SOCIALE**

<b>Settori art. 2, c. 1, D.lgs 155/2006</b>	<b>Codice Ateco</b>	<b>Descrizione Ateco</b>
Assistenza sociale	88	Assistenza sociale non residenziale
	87	Servizi di assistenza sociale residenziale
Assistenza sanitaria	86.1	Servizi ospedalieri
	86.2	Servizi degli studi medici ed odontoiatrici
	86.9	Altri servizi di assistenza sanitaria
Educazione, istruzione e formazione	85.1	Istruzione pre-scolastica
	85.2	Istruzione primaria
	85.3	Istruzione secondaria
	85.6	Attività di supporto all'istruzione
Formazione universitaria e post-universitaria	85.4	Istruzione post-secondaria universitaria e non universitaria
Formazione extra-scolastica	85.59	Servizi di istruzione nca (Università popolare, Corsi di formazione e corsi di aggiornamento professionale, Scuole e corsi di lingua, Altri servizi di istruzione nca)
Tutela dell'ambiente e dell'ecosistema Attività per il sostegno economico e umanitario all'estero*	94.99	Attività di altre organizzazioni associative nca (tutela degli interessi e dei diritti dei cittadini, cooperazione e la solidarietà internazionale, promozione e la difesa degli animali e dell'ambiente...)
Turismo sociale**		
Ricerca	72.2	Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche
Erogazione di servizi culturali Valorizzazione del patrimonio culturale	58.1	Edizione di libri, periodici ed altre attività editoriali
	59	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore
	60	Attività di programmazione e trasmissione
	90	Attività creative, artistiche e di intrattenimento
	85.51	Corsi sportivi e ricreativi
	85.52	Formazione culturale
	91	Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali
	93.1	Attività sportive
93.2	Attività ricreative e di divertimento	

**ALLEGATO 3 – UN ESEMPIO DI COMPILAZIONE DEL DOCUMENTO**



## **Pedius Srl**

Via Boezio 4/c, Roma – 00193

Tel. 0692927483 Fax

0692942782

info@pedius.org

## **Documento di Descrizione dell’Impatto Sociale**

### **Mission**

La mission di Pedius è quella di ridurre il disagio delle persone non udenti dovuto all’impossibilità di utilizzare lo strumento di comunicazione più diffuso al mondo: il telefono.

Oltre a garantire la comunicazione delle persone sorde, Pedius si pone l’obiettivo di sensibilizzare la società riguardo il tema dell’accessibilità. Oggigiorno la tecnologia offre diversi strumenti in grado di ridurre il disagio dei portatori di handicap e la nostra applicazione ne è un valido esempio.

Gli utenti potranno contattare gratuitamente tutti i numeri e i servizi di emergenza oltre ai numeri verdi che verranno messi a disposizione da aziende private. Per effettuare invece chiamate personali, potranno sottoscrivere piani in abbonamento il cui costo sarà commisurato agli attuali costi delle telefonate su rete VOIP.

### **Obiettivo sociale**

Gli obiettivi che poniamo sono due:

- consentire a persone non udenti di poter accedere in modo semplice, veloce e gratuito a tutta quella serie di servizi telefonici, sia per le emergenze, che per le necessità quotidiane.
- Creare una rete di aziende e servizi accessibili a disposizione delle persone sorde.

Gli utenti che lo vorranno potranno utilizzare normalmente il telefono anche per le chiamate personali usufruendo dei prezzi vantaggiosi della rete voip.

Pedius è progettato per funzionare in tutto il mondo. I sistemi cloud ed i moduli vocali esterni rendono il servizio estremamente scalabile.

Il servizio è attivo in lingua italiana ed inglese, ed entro la fine del 2014 saranno supportate anche il francese, lo spagnolo, il tedesco ed il portoghese.

### **Stakeholders**

Persone non udenti: Sono il gruppo di persone che traggono i maggiori benefici potendo accedere a tutta quella serie di servizi offerti su rete telefonica che risultano essere ad oggi inaccessibili.

Indirettamente possiamo estendere il beneficio anche alle famiglie dove è presente un componente con disabilità uditiva.

Aziende private: Traggono beneficio dal potere offrire un servizio di accessibilità a persone disabili.

Aziende sanitarie pubbliche e private: In molti stati come l'Inghilterra e gli Stati Uniti le strutture sanitarie sono obbligate ad offrire un servizio di interpretariato in lingua dei segni, sostenendo i costi del servizio e per il diritto di chiamata. Tramite Pedius sarà possibile ottenere una trascrizione automatica ed in caso di necessità sarà possibile richiedere l'intervento di un interprete collegato in remoto.

## Output

La diffusione del servizio e della sensibilizzazione della società può essere misurata attraverso due fattori:

### 1. Numero di utenti iscritti al servizio

Il numero di iscritti è un indice chiaro e diretto di quanto la comunità non udente richieda un servizio di comunicazione aggiuntivo. In base alle liste regionali INPS sarà possibile valutare il tasso di adesione degli utenti rispetto alla popolazione.

### 2. Numero di aziende che aderiscono al programma di accessibilità

L'efficacia della campagna di sensibilizzazione di Pedius viene misurata tramite il numero delle aziende che sottoscrive un contratto per essere accessibili al pubblico non udente.

Ogni singola azienda che aderisce al programma paga una quota mensile pari a 5€ e contribuisce a creare il valore per i nostri utenti.

## Outcomes

La possibilità di effettuare telefonate e di conseguenza usufruire di tutta una serie di servizi prima non accessibili contribuisce a migliorare la comunicazione e l'interazione sociale delle persone sorde nella vita di tutti i giorni.

Il contributo che Pedius riuscirà a dare alla comunità non udente sarà facilmente misurabile tramite il numero effettivo di chiamate ed i minuti di conversazione che verranno effettuate con l'applicazione. Al totale contribuiranno oltre le chiamate gratuite anche quelle effettuate tramite il servizio a pagamento. Il rapporto tra i due valori potrà essere visto come un ulteriore indice di valutazione : maggiori saranno le chiamate a pagamento maggiore può essere interpretato il bisogno di comunicazione e interazione sociale delle persone sorde. Mentre una elevata percentuale di chiamate gratuite indicherebbe una grande necessità di usufruire dei servizi che prima non erano loro accessibili.

## Attribution

1. Per dare un valore economico al problema di comunicazione delle persone sorde ci siamo basati sui precedenti costi del servizio finanziato dalle regioni. Dal bilancio annuale della regione Abruzzo risulta che la spesa sostenuta nel 2010 per il servizio ponte è stata pari a 90.000€ per i 3.000 residenti non udenti. Per cui il valore del servizio di comunicazione può essere quindi facilmente stimato a **30€** l'anno per utente.
2. Per il calcolo dell'impatto sociale non considereremo il numero di aziende che aderiscono al programma di accessibilità, perché riteniamo questo beneficio già incluso nella stima precedente per il singolo utente. Questo indice sarà utilizzato in futuro come metrica per la campagna di sensibilizzazione e non sarà incluso nel calcolo del impatto sociale.

## Deadweight

Nel calcolo dell'impatto sociale non possiamo trascurare il lavoro svolto effettuato dai call center e tutti gli strumenti ausiliari per la comunicazione come email e sms.

In Italia i call center sono attivi in solo 4 regioni e coprono una popolazione di circa 12.000 pari al **17%** della popolazione non udente nazionale, l'utilizzo del servizio per gli abitanti delle altre regioni non è vietato espressamente, anche se i call center sono dimensionati in base alla popolazione della regione di appartenenza, per cui è lecito limitare la loro copertura ai soli residenti.

La copertura dei call center all'estero è migliore che in Italia, ma l'adozione del nostro servizio può comunque avere effetti positivi sulla riduzione dei tempi di attesa e dei costi di esercizio. Se utilizzato in una conformazione ibrida con il servizio tradizionale è possibile ridurre il costo del servizio di oltre il 50%, come mostrato in precedenza il costo per utente annuo è 4 volte inferiore nel servizio automatizzato rispetto a quello tradizionale. Per cui ai fini del calcolo del deadweight gli utenti non Italiani contribuiranno con un fattore ridotto del **50%**.

Come ultimo fattore di riduzione vanno presi in considerazione i sistemi di comunicazione alternativi, sms ed email contribuiscono in maniera parziale alle necessità di comunicazione delle persone sorde, per questo assegniamo un fattore di riduzione pari al **25%** che va sommarsi al fattore di riduzione dei call center.

Il risultato atteso al quinto anno di esercizio è il raggiungimento di 36.000 utenti iscritti al servizio di cui 15.000 in Italia (pari ad un fattore di penetrazione del 21%) e 21.000 all'estero.

La seguente tabella mostra l'impatto sociale in base alle assunzioni fatte in precedenza.

Anno	Descrizione	Val. econo	N° utenti	Fattore di riduzione*	Impatto	Attualizzato
2014	Utenti in italia	€ 30,00	2.500	42%	€ 31.500	€ 28.790
	Utenti all'estero		-			
2015	Utenti in italia	€ 30,00	12.000	42%	€ 151.200	€ 146.362
	Utenti all'estero		-			
2016	Utenti in italia	€ 30,00	15.000	42%	€ 189.000	€ 182.952
	Utenti all'estero	€ 30,00	5.000	75%	€ 112.500	€ 108.900
2017	Utenti in italia	€ 30,00	15.000	42%	€ 189.000	€ 180.979
	Utenti all'estero	€ 30,00	13.000	75%	€ 292.500	€ 280.087
2018	Utenti in italia	€ 30,00	15.000	42%	€ 189.000	€ 179.028
	Utenti all'estero	€ 30,00	21.000	75%	€ 472.500	€ 447.570
<b>Impatto Tot</b>					<b>€ 1.627.200</b>	<b>€ 1.554.668</b>

I valori sono attualizzati utilizzando come riferimento il tasso Eurirs (Euro Interest Rate Swap) aggiornato al 10/10/2014 pari allo 0,046% (Fonte: Il Sole 24 ore)

Per la stima dello SROI è necessario quantificare l'ammontare degli investimenti necessari per ottenere l'impatto indicato. Nel nostro caso specifico si fa riferimento al progetto vincitrice del bando POR FES 2013 FILAS, avente come totale degli investimenti la somma di 128.000 Euro.

La base costi è costituita principalmente da investimenti immateriali per la realizzazione ed il mantenimento della tecnologia. A fronte di questo investimento sarà possibile non solo migliorare la qualità della vita delle persone non udenti, ma è possibile innescare una dinamica di business sostenibile nel tempo e con grande possibilità di espansione.

Nella tabella seguente è riportato il riepilogo delle spese da sostenere.

Categoria	Importo
Spese investimenti materiali	€ 15.258
Spese investimenti immateriali	€ 109.800
Altre spese	€ 2.942
<b>Totale</b>	<b>€ 128.000</b>

$$SROI = \frac{Total\ Impact}{Investment} \rightarrow \frac{1.554.668}{128.000} = 12,14$$