

MISURARE L'IMPATTO PER CRESCERE IL VALORE SOCIALE

Milano, 22 novembre 2017, ore 10– 13.

Università Cattolica del Sacro Cuore - ALTIS, Aula Stucchi in via San Vittore 18

Nell'ambito del calendario del CSR Manager Network per l'anno 2017, la Fondazione ANT, con la collaborazione di ALTIS, Human Foundation e Social Value Italia, propone un incontro sui temi legati alla misurazione dell'impatto sociale.

IL CONTESTO

• ENTRATA IN VIGORE DELLA RIFORMA DEL TERZO SETTORE

L'entrata in vigore della Riforma del Terzo settore evidenzia l'importanza delle organizzazioni che si confrontano con la misurazione dell'impatto sociale. La stessa riforma ha recepito un'impostazione coraggiosa nel connettere esplicitamente la missione delle imprese sociali con la generazione di valore sociale "misurabile". Al fine di approfondire la conoscenza in materia di misurazione dell'impatto sociale si propone un confronto rivolto alle aziende e alle non profit.

LA PROPOSTA

- **ANALISI DEL TEMA** (a cura di ALTIS): i partecipanti saranno invitati a riflettere sul tema della misurazione dell'impatto sociale come fattore di accountability, trasparenza e strategia per organizzazioni che perseguono la generazione di valore sociale. D'altra parte, il posizionamento e il vantaggio competitivo nelle organizzazioni evolute con finalità sociali passa anche dallo sviluppo di una proposta di valore unica, che massimizza il valore sociale prodotto per i propri shareholder e stakeholder;

- **STORIA DI SUCCESSO** (a cura di Fondazione ANT): sarà presentato il caso di successo della misurazione di Fondazione ANT a cui i partecipanti potranno ispirarsi;

- **LABORATORIO** (a cura di Human Foundation e Svita): i partecipanti verranno divisi in squadre e attraverso simulazioni e analisi di scenari, tratti da casi reali, saranno chiamati a individuare soluzioni efficaci per la valutazione e la gestione del valore sociale, per definire una proposta di valore unica e competitiva;

I TEMI

1. Business impact
2. Social value
3. Accountability e fundraising
4. Strategia e Vantaggio competitivo

FINALITÀ

- favorire la conoscenza del tema della misurazione del valore sociale nel contesto profit e non profit;
- condividere soluzioni e modelli di successo per la misurazione e gestione del valore sociale;
- Utilizzare dati e informazioni per comunicare e ricercare fondi;
- beneficiare del confronto con esperti per ottenere consigli pratici di valutazione delle realtà del terzo settore con cui sviluppare partnership.

I BENEFICI

SVILUPPO DI NUOVE COMPETENZE: permetterà di acquisire una nuova metodologia per riconoscere le potenzialità delle partnership fra profit e non profit e di trovare soluzioni innovative e competitive capaci di accrescere il valore investito in Solidarietà.

Limite a 35 persone

Con la collaborazione scientifica di



Con il patrocinio di

