

ECOMUSEI E RENDICONTAZIONE SOCIALE



Dott. Paolo Pompermaier



**RENDICONTAZIONE SOCIALE:
PERCHE'?**

PERCHE'

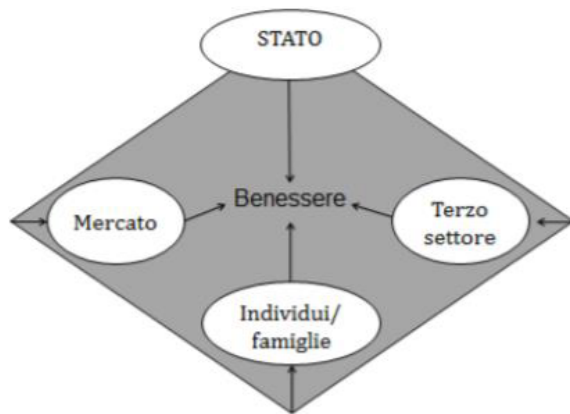
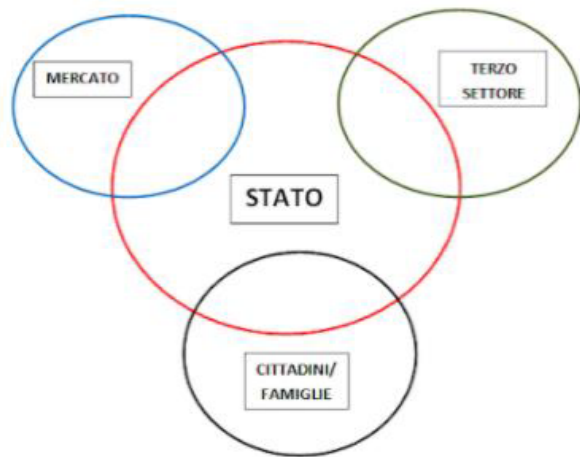
DAI BISOGNI ECONOMICI A QUELLI SOCIALI



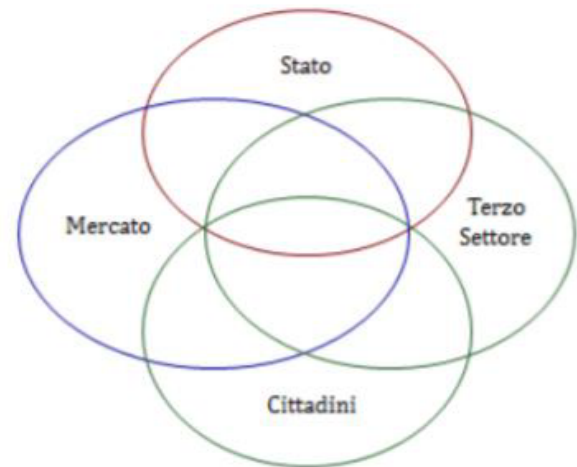
PERCHE'

L'EVOLUZIONE DEL WELFARE STATE

I WELFARE



II WELFARE



PERCHE'

UNA CONVERGENZA TRA GLI ATTORI



PERCHE'

UNA TESTIMONIANZA OGGETTIVA

PROSPETTO 1. ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI. Anni 2001, 2011, 2015, 2016, 2017 e 2018, valori assoluti e rapporti di incidenza sulle imprese dell'industria e dei servizi

| | 2001 | 2011 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Istituzioni non profit | 235.232 | 301.191 | 336.275 | 343.432 | 350.492 | 359.574 |
| Dipendenti delle istituzioni non profit | 488.523 | 680.811 | 788.126 | 812.706 | 844.775 | 853.476 |
| Istituzioni non profit in percentuale sulle imprese | 5,8 | 6,8 | 7,7 | 7,8 | 8,0 | 8,2 |
| Dipendenti delle istituzioni non profit in percentuale sui dipendenti delle imprese | 4,8 | 6,0 | 6,9 | 6,9 | 7,0 | 6,9 |

PERCHE'

I PROBLEMI DEGLI ATTORI

STATO



OTTIMIZZARE
ALLOCAZIONE
RISORSE

MERCATO



> ATTENZIONE
RESPONSABILITA'
D'IMPRESA

TERZO SETTORE



> COMPETIZIONE

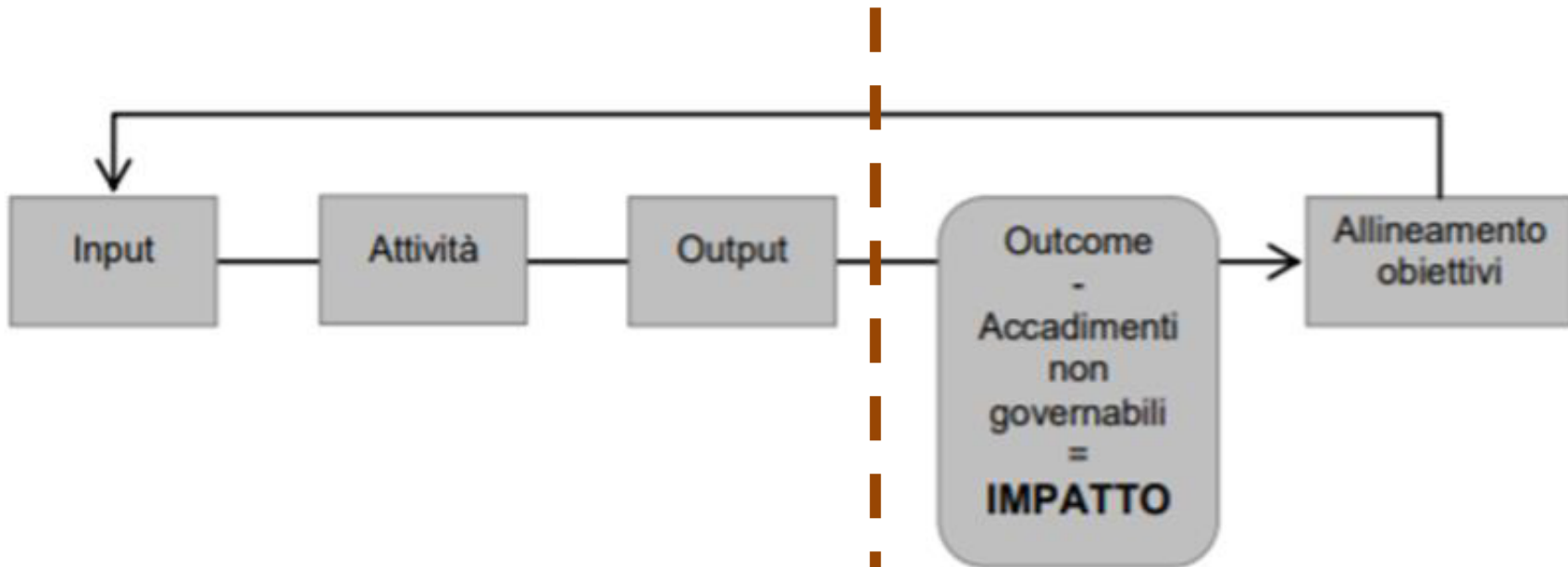
PERCHE'

UNA LOGICA COMUNE



PERCHE'

MISURARE IL VALORE SOCIALE



VALORE ECONOMICO

VALORE SOCIALE



**RENDICONTAZIONE SOCIALE:
COSA?**

COSA

I LIVELLI



COSA

IL MODELLO LOGICO



COSA

LE COMPONENTI

RISORSE (inputS)

Denaro, tempo, persone, organizzazioni, edifici, beni, etc

PROCESSI (attività)

Le attività svolte con l'utilizzo delle risorse

RISULTATI (outputS)

Gli esiti nel breve periodo generato dal processo (beni o servizi)

EFFETTI (outcome)

Il cambiamento nel medio/lungo sui bisogni dei destinatari

IMPATTI

Gli effetti direttamente imputabili al processo attuato

COSA

INTERNO vs ESTERNO



RISORSE

PROCESSI

RISULTATI

EFFETTI

IMPATTI



COSA

LE CARATTERISTICHE

RISULTATO (OUTPUT)

● **Rappresenta l'esito immediato e specifico di un'attività (servizio)**

● **QUANTITATIVO: misurabile senza collaborazione destinatari**

● **OGGETTIVO: misurabile nel momento stesso in cui termina l'attività**

EFFETTO (OUTCOME)

● **È il cambiamento prodotto sui bisogni dei destinatari diretti dell'attività o sull'ambiente esterno**

● **QUALITATIVO: misurabile SOLO collaborazione destinatari**

● **SOGGETTIVO: necessita di essere valutato su più intervalli (influenza contesto)**

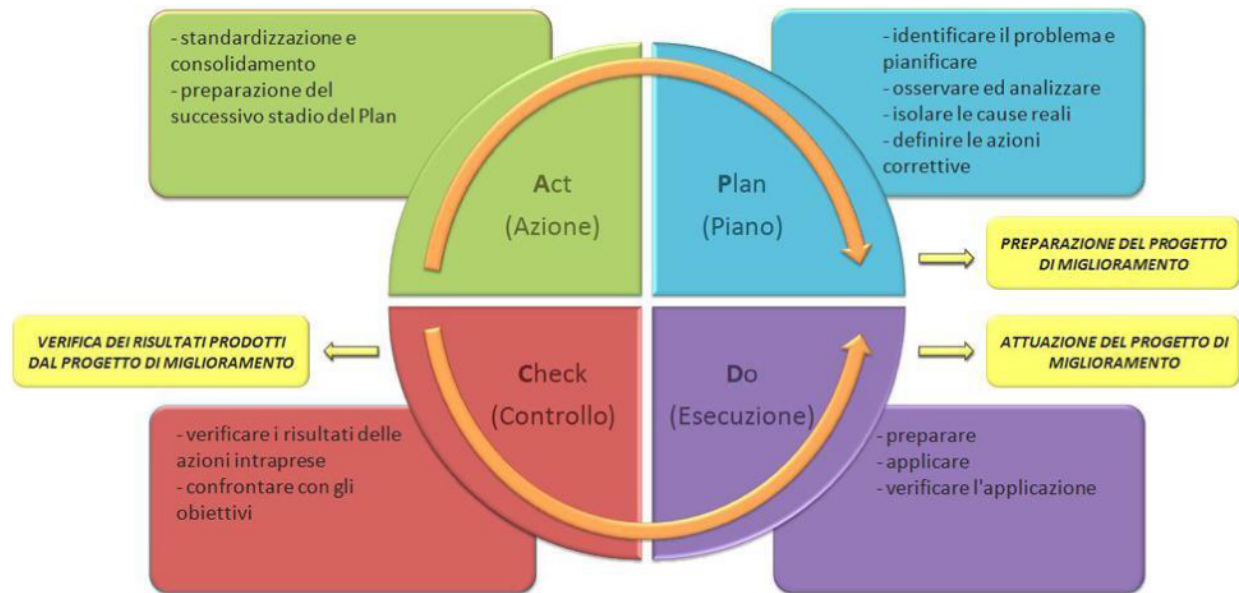
IMPATTO (IMPACT))



**RENDICONTAZIONE SOCIALE:
COME?**

COME

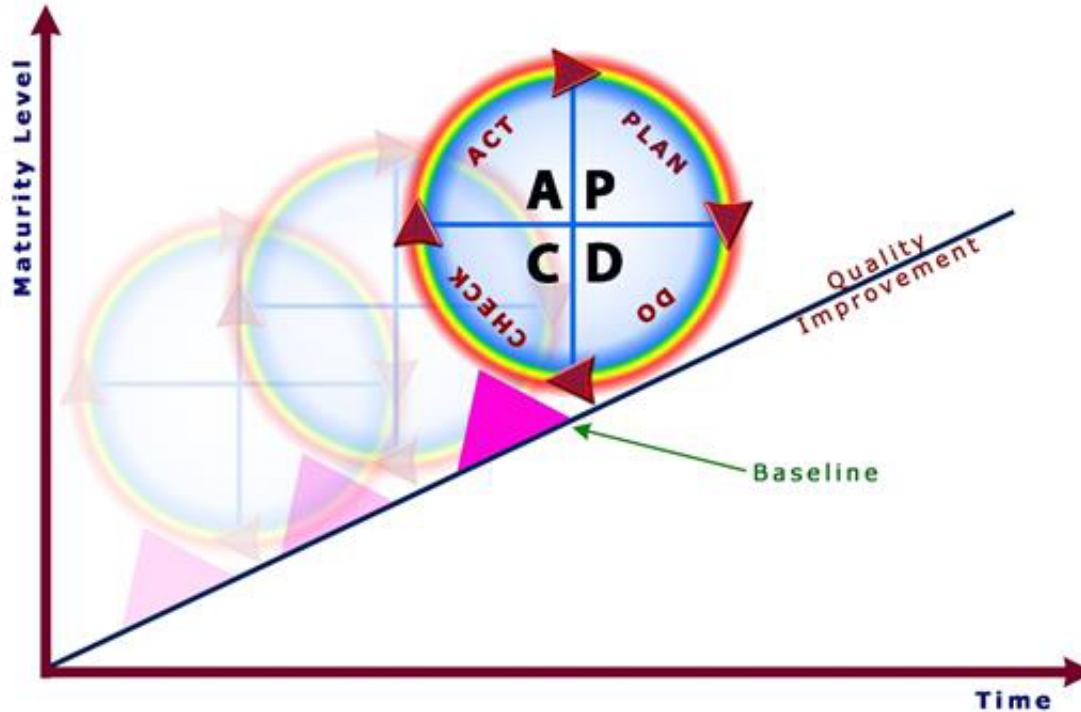
METODO: 5 FASI EVPA



OBBIETTIVO = PROBLEMA da RISOLVERE

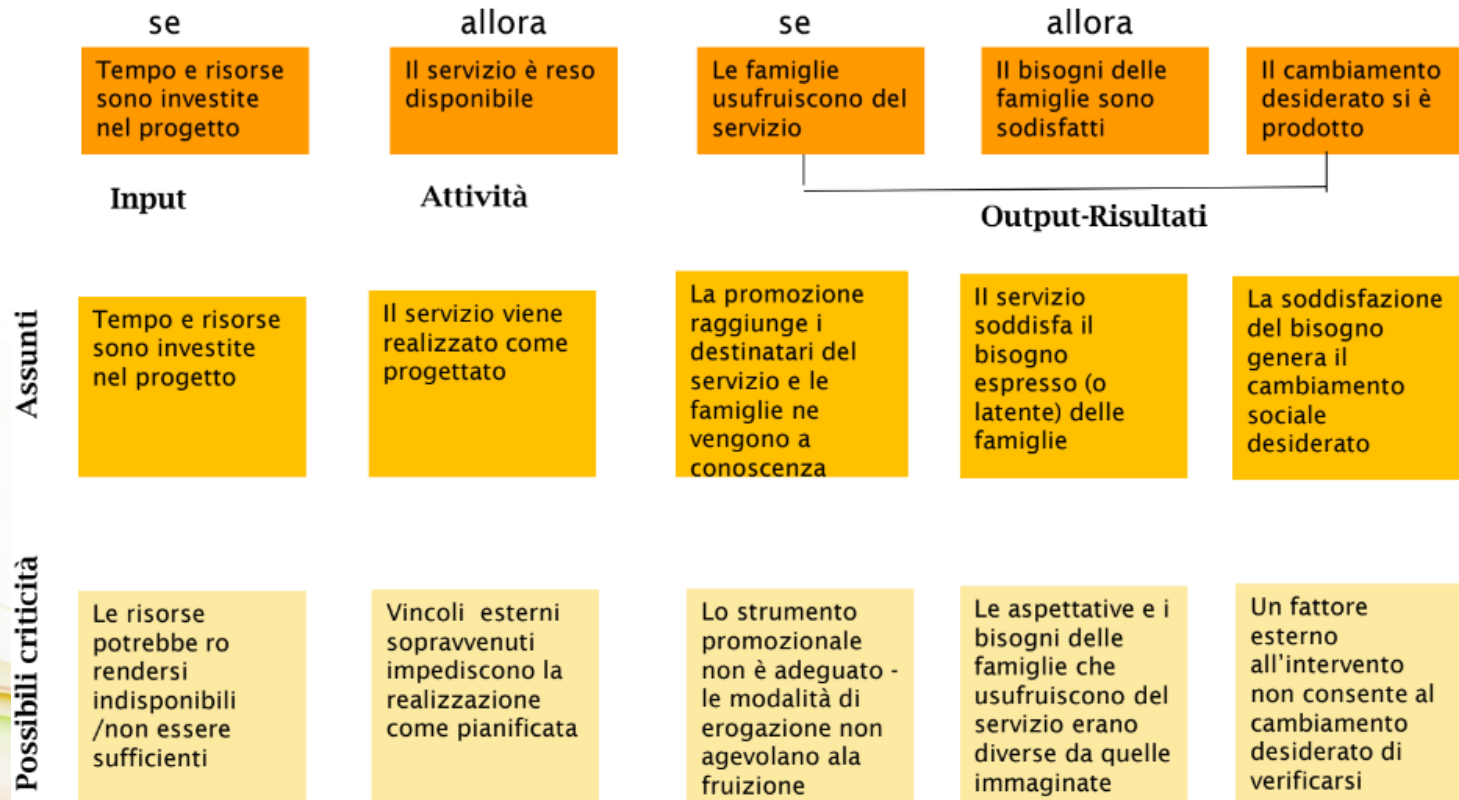
COME

LA RICERCA DI UN MIGLIORAMENTO CONTINUO



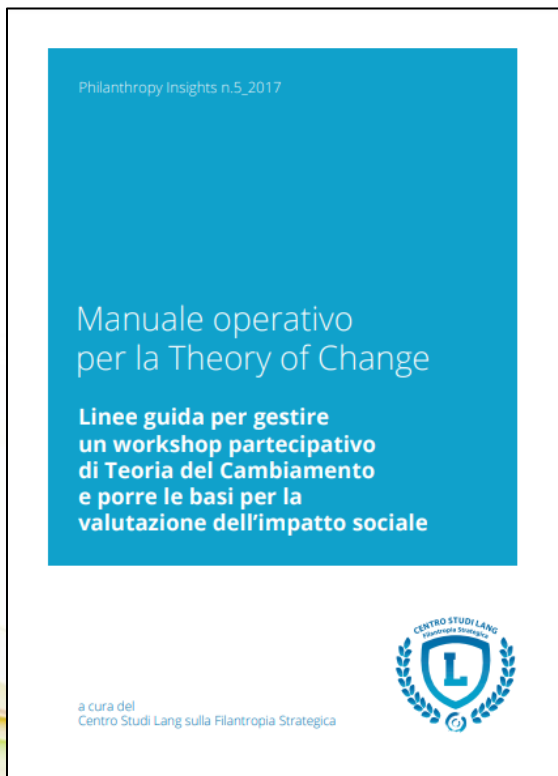
COME

LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO



COME

PROCEDURA LANG



COME

1. CONDIVISIONE MISSIONE SOCIALE

| La dichiarazione di missione: | sì | no | ? |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Contiene termini vaghi, approssimativi, idealistici o illusori invece che realistici e concreti? | x | | x |
| Significa molto per chi fa parte dell'ambiente dell'organizzazione ma non ha molto senso per gli "outsider"? | x | | x |
| Riflette una "visione"/speranza invece che un insieme realistico di affermazioni e intenti? | x | | x |
| Fa capire chiaramente perché l'organizzazione esiste, gli ambiti entro i quali opera e gli outcome che cerca di ottenere? | | x | x |
| La mission va oltre ciò che l'organizzazione fa e indica cosa cerca di ottenere? | | x | x |

COME

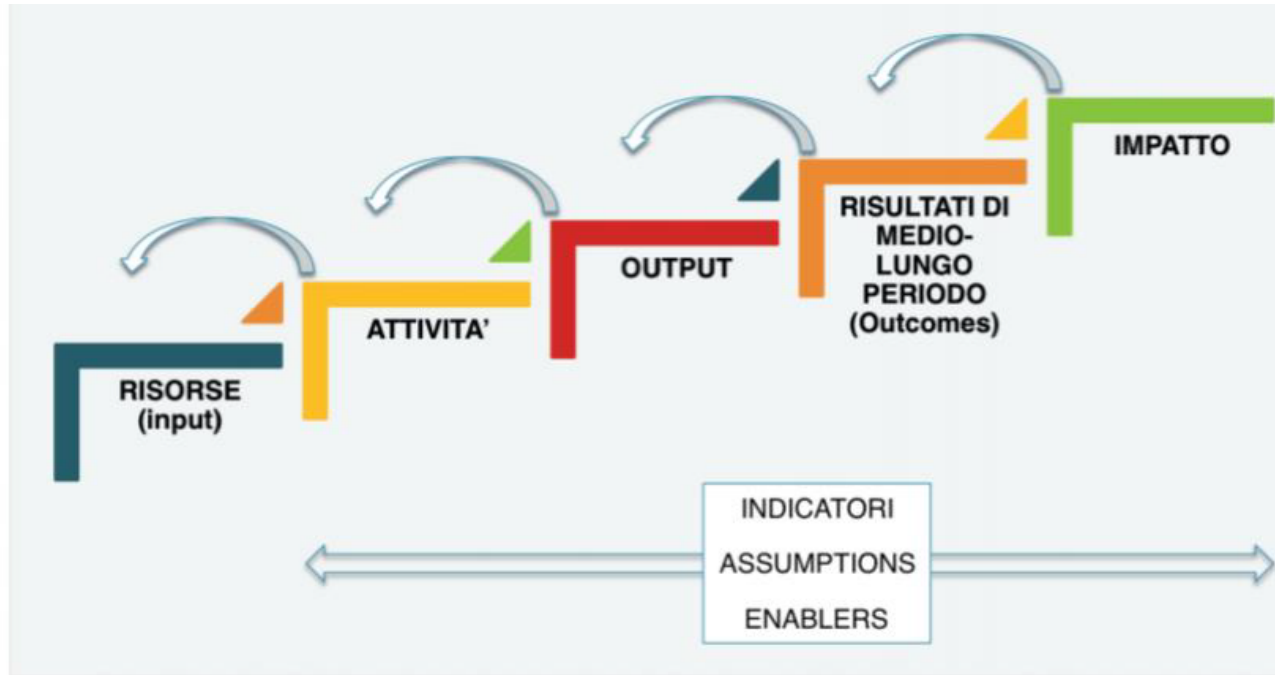
2. IDENTIFICAZIONE OBIETTIVI STRATEGICI



- **SPECIFIC:** definito attraverso l'indicazione di elementi chiari, precisi e concreti
- **MEASURABLE:** permetterne il monitoraggio del suo conseguimento
- **ARCHIEVABLE:** il grado di difficoltà deve essere commisurato in base alle caratteristiche dei beneficiari dell'organizzazione
- **RELEVANT:** possedere importanza funzionale in grado di motivare e stimolare i soggetti coinvolti al suo raggiungimento;
- **TIME-BASED:** avere una scadenza temporale

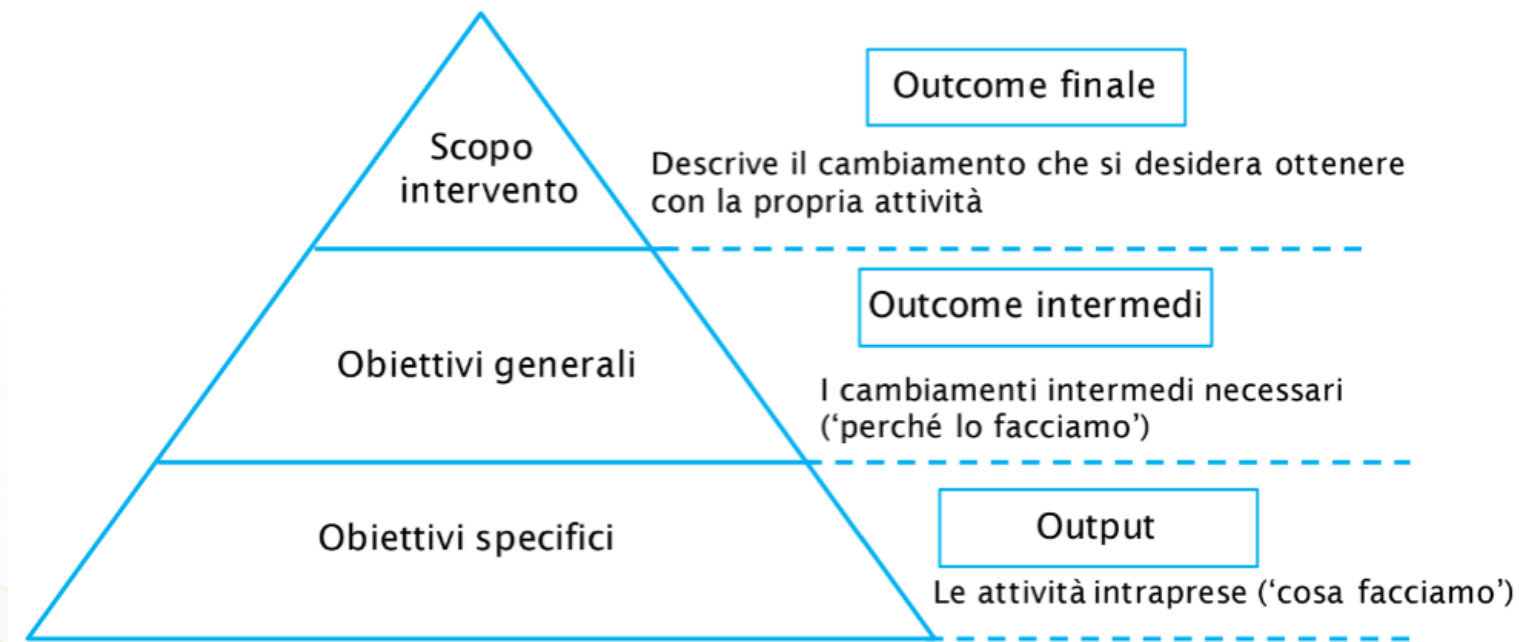
COME

3. MAPPING della TEORIA DEL CAMBIAMENTO



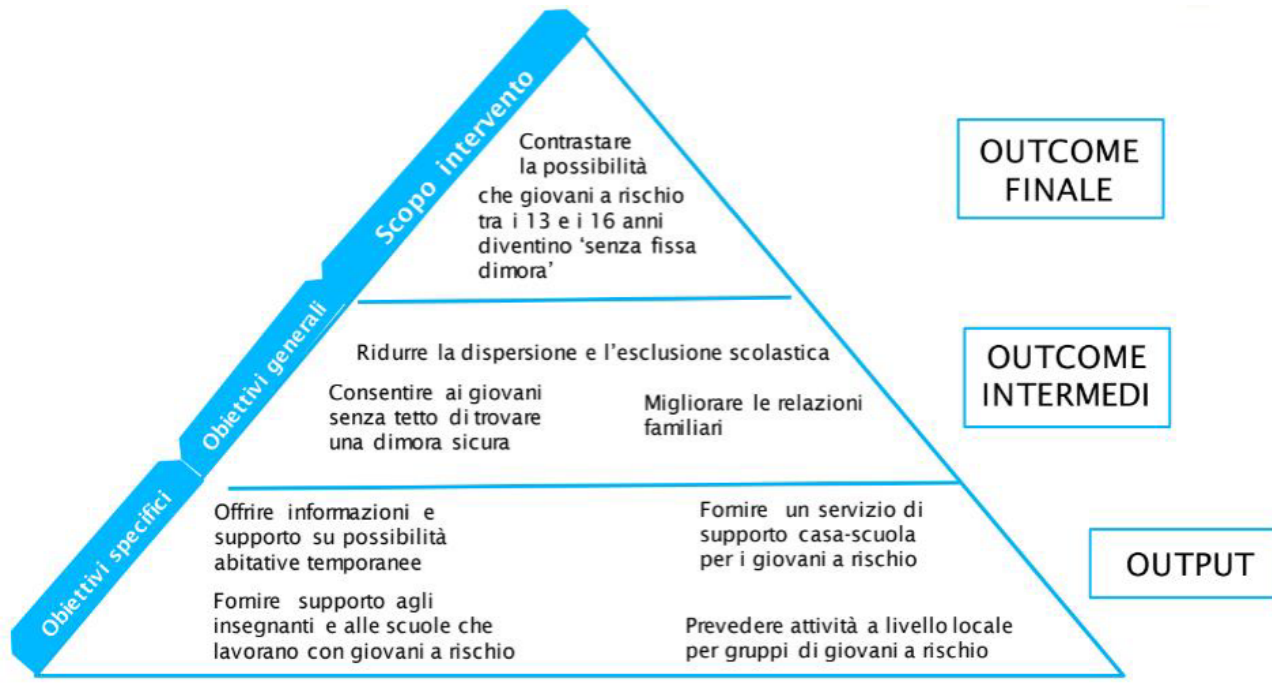
COME

3. MAPPING della TEORIA DEL CAMBIAMENTO



COME

3. MAPPING della TEORIA DEL CAMBIAMENTO



COME

4. DEFINIZIONE INDICATORI

| Outcome | Indicatori |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Riduzione dell'esclusione | <ul style="list-style-type: none">▪ N. esclusioni temporanee▪ N. esclusioni permanenti |
| Riduzione della dispersione scolastica | <ul style="list-style-type: none">▪ Livello di assenze autorizzate▪ Livello di assenze non autorizzate |
| I giovani che hanno lasciato la famiglia vengono sistemati in una casa | <ul style="list-style-type: none">▪ N. giovani con una dimora temporanea▪ N. giovani che dormono all'aperto |
| I giovani rimangono nella propria famiglia, se ci sono le condizioni | <ul style="list-style-type: none">▪ N. giovani a rischio che stanno in famiglia▪ Motivi per andarsene o restare |
| Minori conflitti a casa | <ul style="list-style-type: none">▪ N. litigi riportati▪ Livello di conflitto percepito |
| I giovani ritornano in famiglia, se ci sono le condizioni | <ul style="list-style-type: none">▪ N. giovani ritornati a casa▪ Motivi alla base del ritorno |

COME

4. DEFINIZIONE INDICATORI

| Obiettivi specifici | Output | Indicatori |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Offrire informazioni e supporto su possibilità abitative temporanee | <ul style="list-style-type: none">▪ Informazione▪ Supporto | <ul style="list-style-type: none">▪ N. giovani che riceve informazioni▪ N. giovani che riceve supporto▪ Profilo dei giovani che ricevono informazione o supporto▪ Tipologia di informazione o supporto offerta |
| Prevedere attività a livello locale per gruppi di giovani a rischio | <ul style="list-style-type: none">▪ Attività | <ul style="list-style-type: none">▪ N. e tipologia attività offerte▪ N. e profilo giovani che partecipano alle attività▪ Grado di soddisfazione rispetto alle attività |
| Fornire supporto agli insegnanti e alle scuole che lavorano con giovani a rischio | <ul style="list-style-type: none">▪ Visite▪ Sessioni di supporto | <ul style="list-style-type: none">▪ N. visite alle scuole▪ N. occasioni in cui viene offerto supporto alle scuole▪ Tipologia di visite/supporto |

Art.2 – Scopo e finalità

1. L'Associazione è apartitica e aconfessionale, e fonda la propria attività istituzionale ed associativa sui principi costituzionali della democrazia, della partecipazione sociale e sull'attività di volontariato.
2. L'Associazione persegue, senza scopo di lucro, le seguenti finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale:
 - 1) promuovere la conoscenza, la tutela e la valorizzazione del patrimonio storico-culturale e naturalistico dell'Altipiano del Monte Calisio e dei suoi dintorni;
 - 2) coinvolgere le comunità locali in un processo di riscoperta della memoria collettiva e delle peculiarità del proprio spazio di vita, contribuendo a formare una cultura consapevole del territorio inteso come paesaggio naturale e umano, storico e contemporaneo;
 - 3) promuovere azioni di sviluppo sostenibile basate sulle peculiarità del patrimonio culturale e ambientale locale, che migliorino la vivibilità del territorio e allo stesso tempo lo rendano adatto per un turismo responsabile.

| Obiettivi generali | | promuovere la conoscenza del patrimonio storico-culturale e naturalistico dell'Altipiano del Monte Calisio e dei suoi dintorni | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| Responsabile | | | | |
| Perché è Importante: | Attività | KPI | Obiettivo | Scadenza |
| | Aumentare i canali informativi che parlano del patrimonio del Calisio | Nr. canali di comunicazione | Da 2 a 5 | Entro il 2023 |
| | | Accessi effettuati | Da 500 a 3.000 | Entro il 2023 |
| | | copie distribuite | Da 200 a 1.000 | Entro il 2023 |



Grazie per l'attenzione