

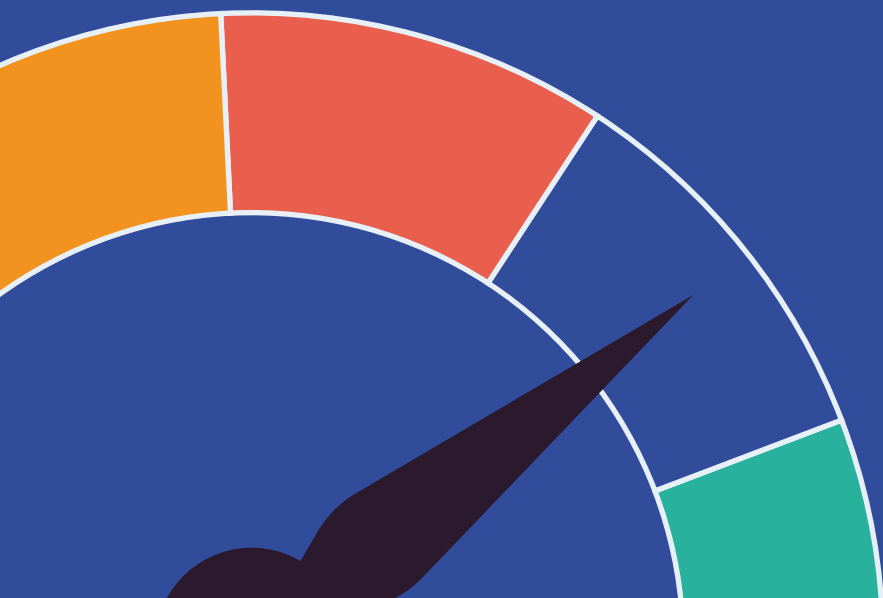
FACCIAMOLA

SEMPLICE

P I L L O L E

DI FUNDRAISING

MODULO 4



MISURARE

E COMUNICARE IMPATTO E

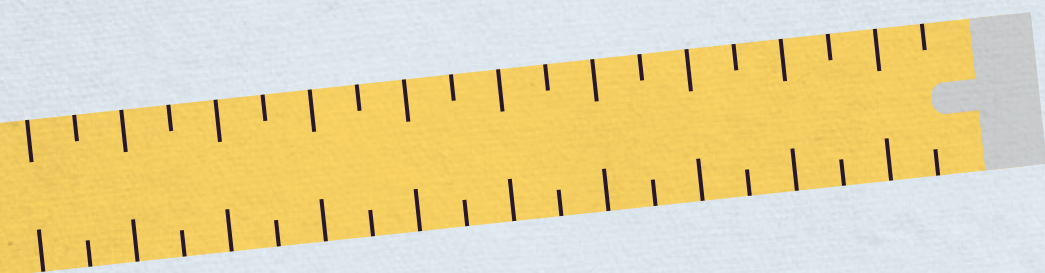
ACCOUNTABILITY

4

Scansiona il QR CODE
e guarda il video!



In generale, le metriche (o KPI, Key Performance Indicator/Indicatore chiave di prestazione) sono un insieme di misurazioni o dati utilizzati per valutare la performance di un'attività, processo o progetto. In pratica, le metriche spesso comprendono una serie di indicatori che forniscono una misura sintetica delle performance e dei risultati di un'attività, di un'unità organizzativa o di un'iniziativa. Le metriche sono espresse spesso in termini relativi o percentuali, per rendere comparabili tra loro fenomeni differenti, per settore, caratteristiche, dimensioni, localizzazione.



Le metriche chiave aiutano a **confrontare** diversi modelli e a **selezionare** gli indicatori di performance specifici che aiutano a valutare il successo e l'efficacia di un'organizzazione non profit o di un progetto sociale. Questi indicatori non solo agevolano il monitoraggio delle attività, ma assicurano anche la conformità normativa, come previsto dall'**art. 7 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117**.



Il decreto del 23 luglio 2019, "**Linee guida per la realizzazione di sistemi di valutazione dell'impatto sociale delle attività svolte dagli enti del Terzo settore**," aggiunge principi e procedure per la valutazione dell'impatto sociale, sottolineando la necessità di coinvolgere l'ente del Terzo settore (Ets) in un dialogo dialettico con l'istituzione pubblica e altri stakeholder. La valutazione qualitativa e quantitativa degli effetti delle attività sull'obiettivo individuato deve avvenire nel breve, medio e lungo periodo e non può essere affidata esclusivamente all'organizzazione che rendiconta. Al contrario, deve essere costruita in collaborazione con l'istituzione pubblica, riflettendo gli indirizzi provenienti dal pubblico.



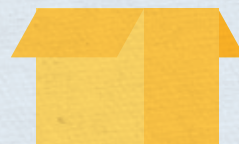
Di seguito, alcune categorie di metriche chiave che potrebbero essere rilevanti per misurare l'impatto di un'organizzazione o di un'iniziativa sociale:

1 Metriche di Output:



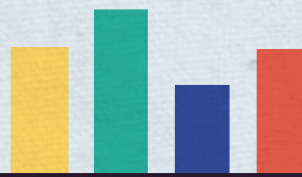
- Numero di persone assistite o servite.
- Quantità di risorse distribuite.
- Attività o eventi organizzati.

2 Metriche di outcome (risultati):



- Cambiamenti osservabili e misurabili che si verificano grazie alle attività dell'organizzazione.
- Ad esempio, miglioramenti nella qualità della vita, cambiamenti di comportamento, acquisizione di competenze o conoscenze.

3 Metriche di impatto sociale:



- Cambiamenti a lungo termine nella società o nella comunità a cui l'organizzazione contribuisce.
- Ad esempio, riduzione della povertà, miglioramento dell'istruzione, aumento dell'accesso ai servizi sanitari.

4 Metriche finanziarie:



- Fondi raccolti rispetto agli obiettivi della raccolta fondi.
- Efficienza nella gestione delle risorse finanziarie.

5 Metriche di coinvolgimento dei donatori:



- Numero di donatori.
- Retention dei donatori (o ritenzione dei donatori si riferisce alla capacità di un'organizzazione di mantenere i propri donatori nel tempo).

6 Metriche di visibilità e coinvolgimento online:



- Numero di follower sui social media.
- Interazioni e condivisioni online.
- Tasso di clic e coinvolgimento sulle campagne online.

7 Metriche di partecipazione e volontariato:



- Numero di volontari coinvolti.
- Ore di volontariato registrate.
- Impatto delle attività di volontariato sulla missione dell'organizzazione.

8 Metriche di trasparenza e accountability:



- Feedback dei beneficiari o dei sostenitori sulla trasparenza dell'organizzazione.
- Risposte ai rapporti annuali e alle comunicazioni di impatto.

È importante personalizzare le metriche in base agli obiettivi specifici dell'organizzazione e all'area di impatto. La raccolta di dati accurati su queste metriche consente all'organizzazione di valutare le performance, apportare miglioramenti strategici e comunicare in modo efficace l'impatto del proprio lavoro.

Progetto a cura di CSV Napoli e Cantiere Terzo Settore

Autori

Giovanna Minichiello - responsabile Area Monitoraggio e Valutazione CSV Napoli
Giovanna De Rosa - direttore CSV Napoli

Collaboratori

Daniele Erler - responsabile Area Consulenza CSVnet
Massimo Novarino - coordinatore Ufficio Giuridico Legislativo Terzo settore
Elena D'Alessandro - giurista, responsabile dell'Ufficio Consulenze CSV di Verona

Revisione editoriale

Lara Esposito - coordinamento editoriale Cantiere Terzo Settore
Valeria Rega - responsabile Area Comunicazione CSV Napoli

Impaginazione e grafica

Maria Olivares - video editor e motion designer

Chiuso in redazione: Giugno 2025



Riferimenti normativi e istituzionali

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. (2021).

Linee guida per la raccolta fondi degli Enti del Terzo Settore.

<https://www.lavoro.gov.it/notizie/Documents/Linee-guida-raccolta-fondi-ETS.pdf>

Repubblica Italiana. (2017).

Codice del Terzo Settore (D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117).

<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2017;117>

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. (2019).

Decreto 23 luglio 2019 – Linee guida per la valutazione dell'impatto sociale degli ETS.

<https://www.lavoro.gov.it/documenti-e-norme/normative/Documents/2019/DM-23072019-Linee-guida-realizzazione-sistemi-valutazione-impatto-sociale-attivita-svolte-dagli-ETS.pdf>

Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria. (2018).

Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, art. 46.

<https://www.iap.it/codice-e-altre-fonti/il-codice>

Parlamento Italiano. (2007). Legge 4 agosto 2007, n. 145

Norme in materia di tutela dei consumatori contro le pubblicità ingannevoli.

<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2007;145>