



Bilancio Integrato 2021

Dare valore al valore

Il nostro primo Bilancio integrato.

"What's past is prologue"

"Ciò che è passato è prologo"

Shakespeare
La Tempesta, atto II

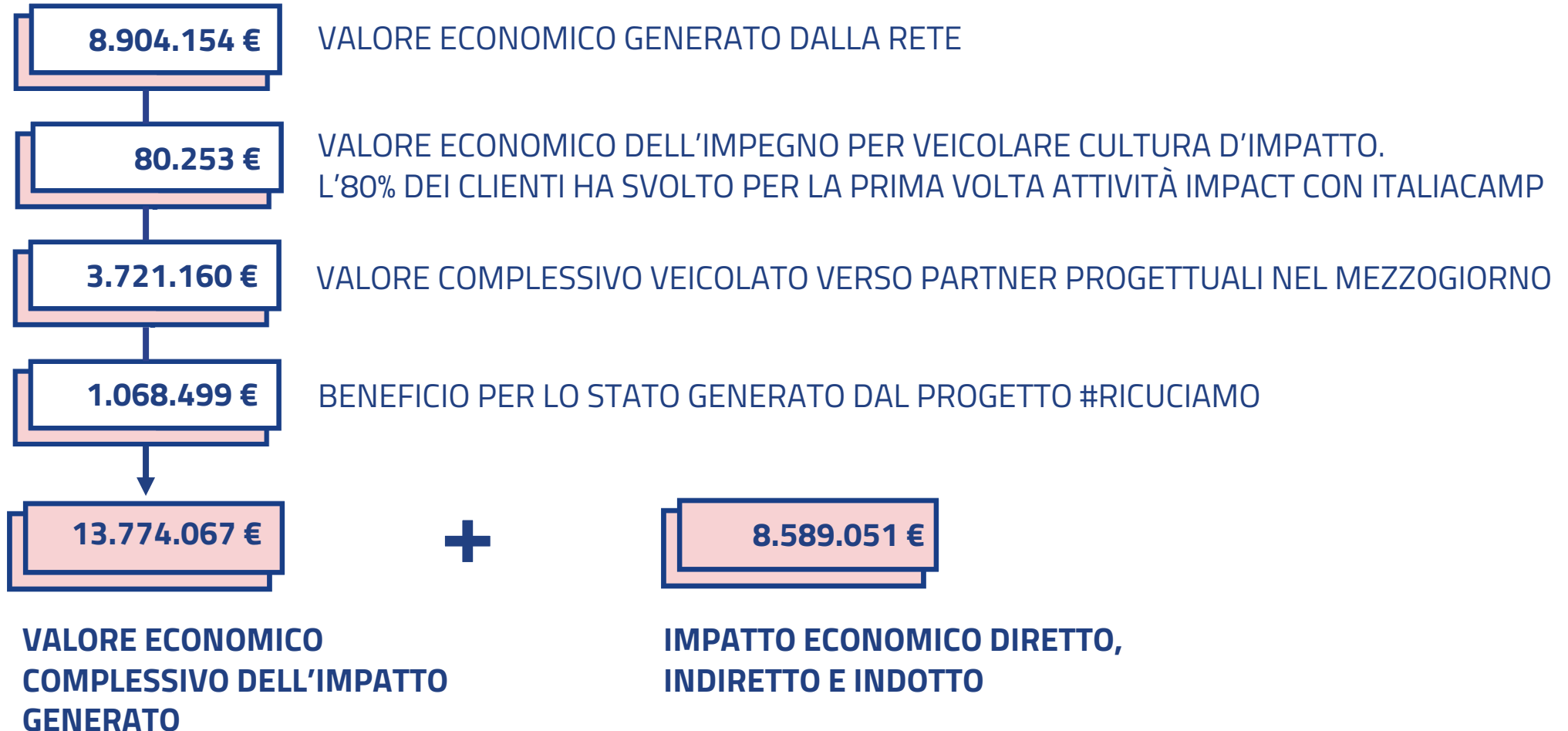
Un esercizio di valutazione del passato prossimo, che traccia e impegna il nostro futuro prossimo, marcando una linea che costituirà il punto da cui partire e costruire ancora, INSIEME.

Oltre la misura del tangibile, andiamo verso la valutazione dell'intangibile: il purpose aziendale diventa asset patrimoniale, il ritorno sull'investimento per gli azionisti è valido solo se parametrato all'impatto generato per persone, comunità e territori. Il tutto scandito dalla volontà di ricercare prima e validare dopo tecniche e standard di misurazione con cui verificare l'evoluzione dell'agire aziendale, negli anni, rispetto a un contesto di riferimento in continuo e spesso imprevedibile mutamento.

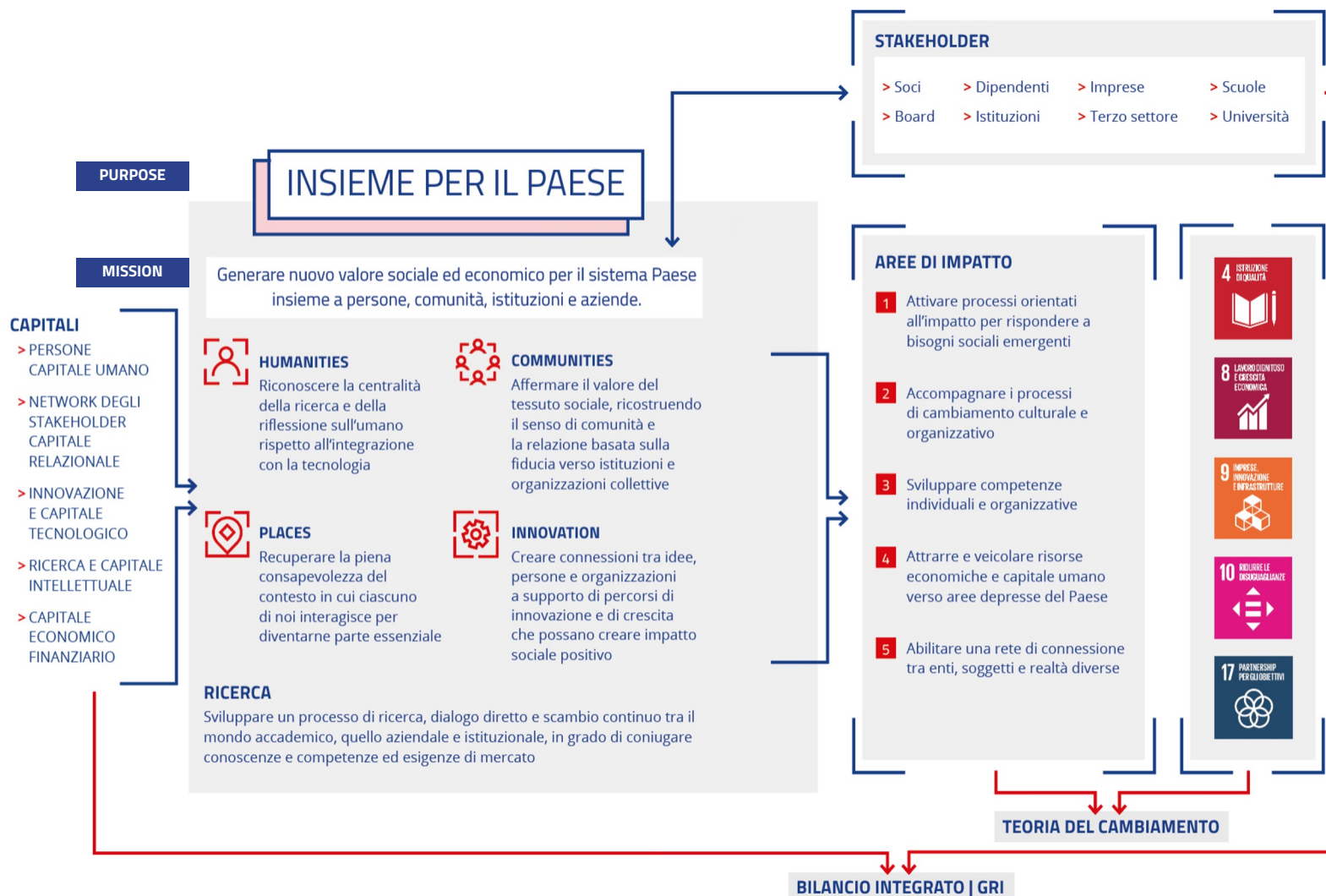
Lettera agli stakeholder – Bilancio integrato 2021



Dare valore al valore.



Impact value chain: come Italiacamp crea valore.



Perché l'impatto.

Le attività compiute, le esperienze vissute nel corso degli anni e il percorso di crescita e di evoluzione dell'organizzazione hanno portato **Italiacamp a riconoscersi naturalmente nel paradigma alla base dell'economia d'impatto**, con l'obiettivo di favorire un nuovo approccio che metta al centro il valore che ogni organizzazione pubblica o privata genera per comunità, territori e stakeholder di riferimento.



* **L'IMPATTO È IL CAMBIAMENTO POSITIVO CHE UN'ORGANIZZAZIONE GENERA INTENZIONALMENTE PER STAKEHOLDER E TERRITORIO NEL LUNGO PERIODO.**

Processo di valutazione Italiacamp.

APPROCCIO BRICOLAGE			
	Fasi di valutazione	Standard e framework di riferimento	Output
1 			

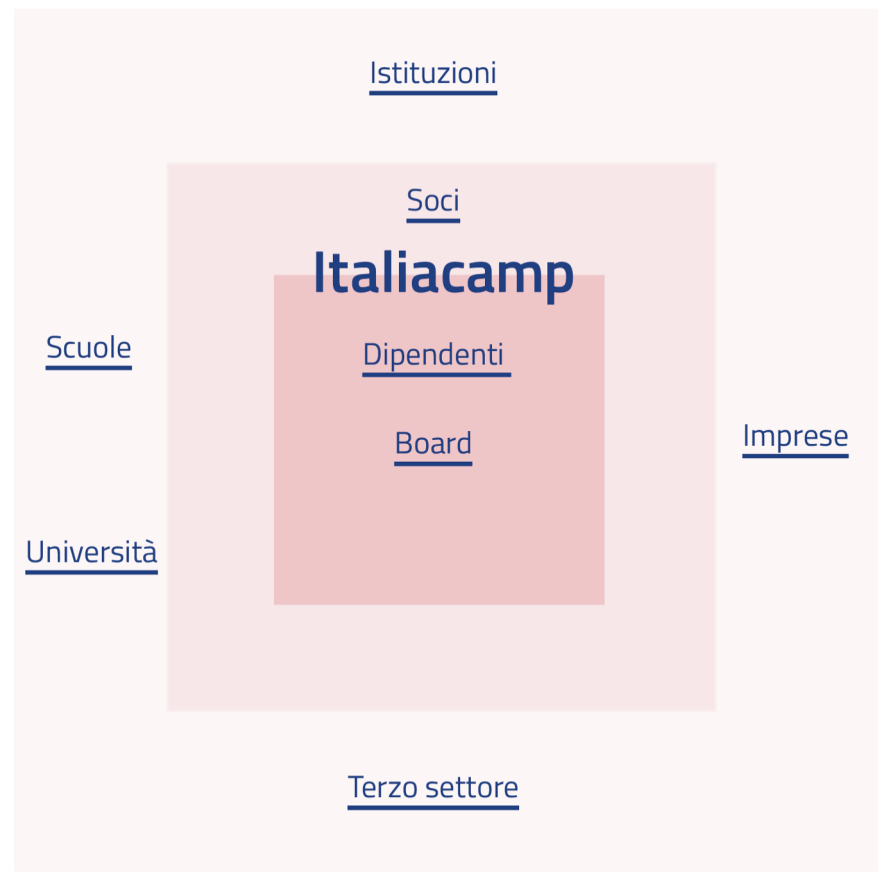
Valutare l'impatto vuol dire far emergere il valore sociale ed economico che un attore pubblico o privato è in grado di generare per la comunità.

Ad oggi non esistono framework di valutazione standardizzati e universalmente riconosciuti e questo rende i processi di valutazione non sempre applicabili oltre che i risultati ottenuti difficilmente comparabili.

Per tale motivo, Italiacamp da diversi anni è impegnata in attività di ricerca e impact management e ha sviluppato un **modello di valutazione che si fonda sul principio del bricolage.**

L'approccio bricolage è il framework applicato per la costruzione del primo Bilancio Integrato Italiacamp. Mutuato dagli studi sociologici, è stato applicato da Alex Nicholls alle tematiche della finanza d'impatto e prevede la combinazione strategica dei metodi di valutazione esistenti.

Network degli stakeholder.



I progetti di impatto di Italiacamp si fondano sull'**interazione diretta fra realtà di diversa natura** e con diversi profili di competenze. Un ecosistema di relazioni basato sul reciproco **scambio di conoscenze, competenze e risorse**.

Il percorso di valutazione ha coinvolto 152 soggetti rappresentativi delle principali categorie di stakeholder dell'organizzazione, selezionati in base al rapporto di stretta collaborazione progettuale nell'anno 2021. Lo stakeholder engagement ha incluso anche realtà con cui Italiacamp aveva avviato un rapporto di collaborazione nella seconda metà del 2020 ma che si è concretizzato a livello progettuale solo nel 2021.

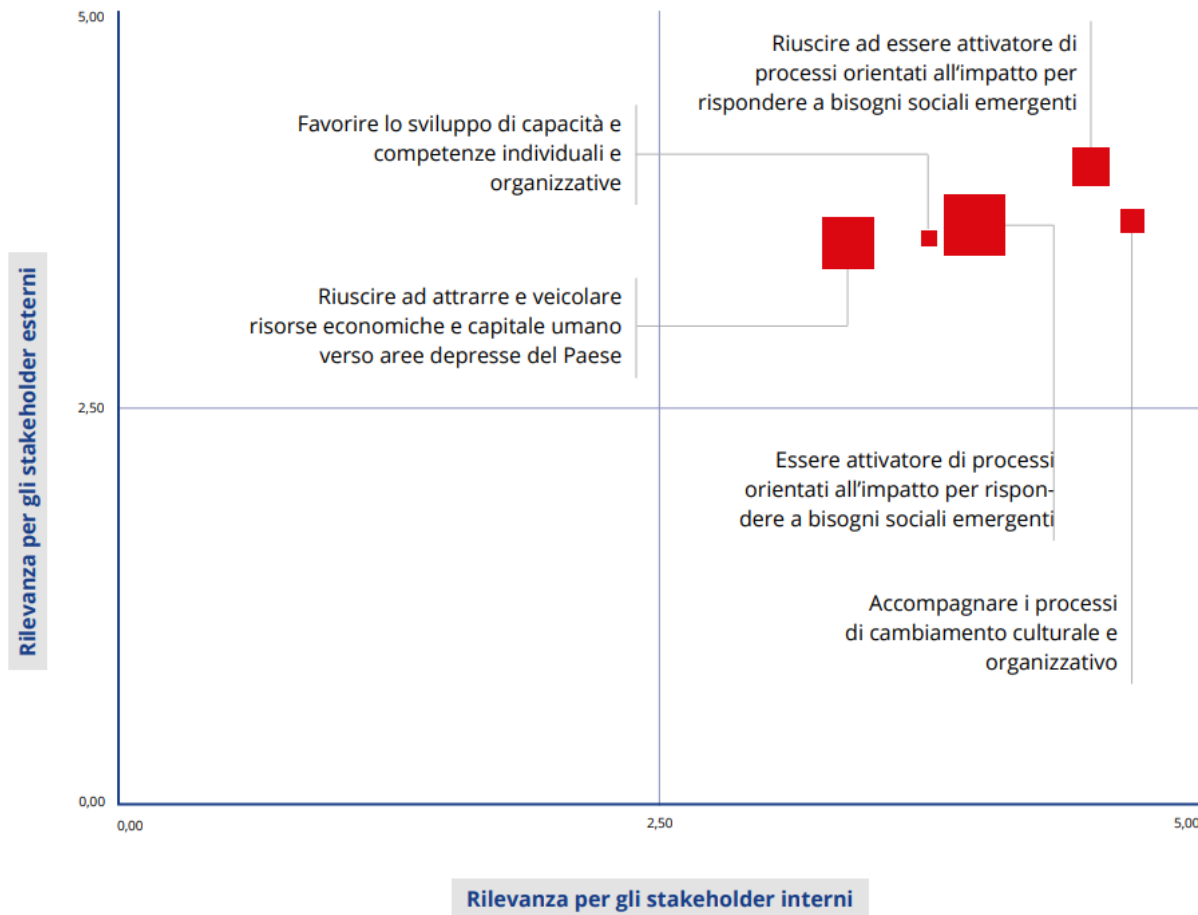
Agli stakeholder interni ed esterni di Italiacamp è stato chiesto di esprimere le proprie aspettative rispetto alle aree di impatto su cui l'organizzazione incide, evidenziando come tutti gli attori mostrano una percezione di rilevanza elevata e un importante **allineamento tra le percezioni interne all'organizzazione e quelle degli stakeholder esterni**.

La capacità di strutturare reti e connessioni tra organizzazioni, professionisti ed enti di natura differente insieme alla capacità di attivare sinergie e collaborazioni efficaci sono emersi come elementi distintivi dell'agire di Italiacamp.

Aree di impatto secondo gli stakeholder.

Considerando il valore economico dell'impatto generato per ciascuna area, emerge con chiarezza che l'organizzazione è in grado di generare effetti monetizzabili che non vengono rappresentati nelle voci di ricavo del bilancio d'esercizio di Italiacamp, ma di cui gli stakeholder possono beneficiare.

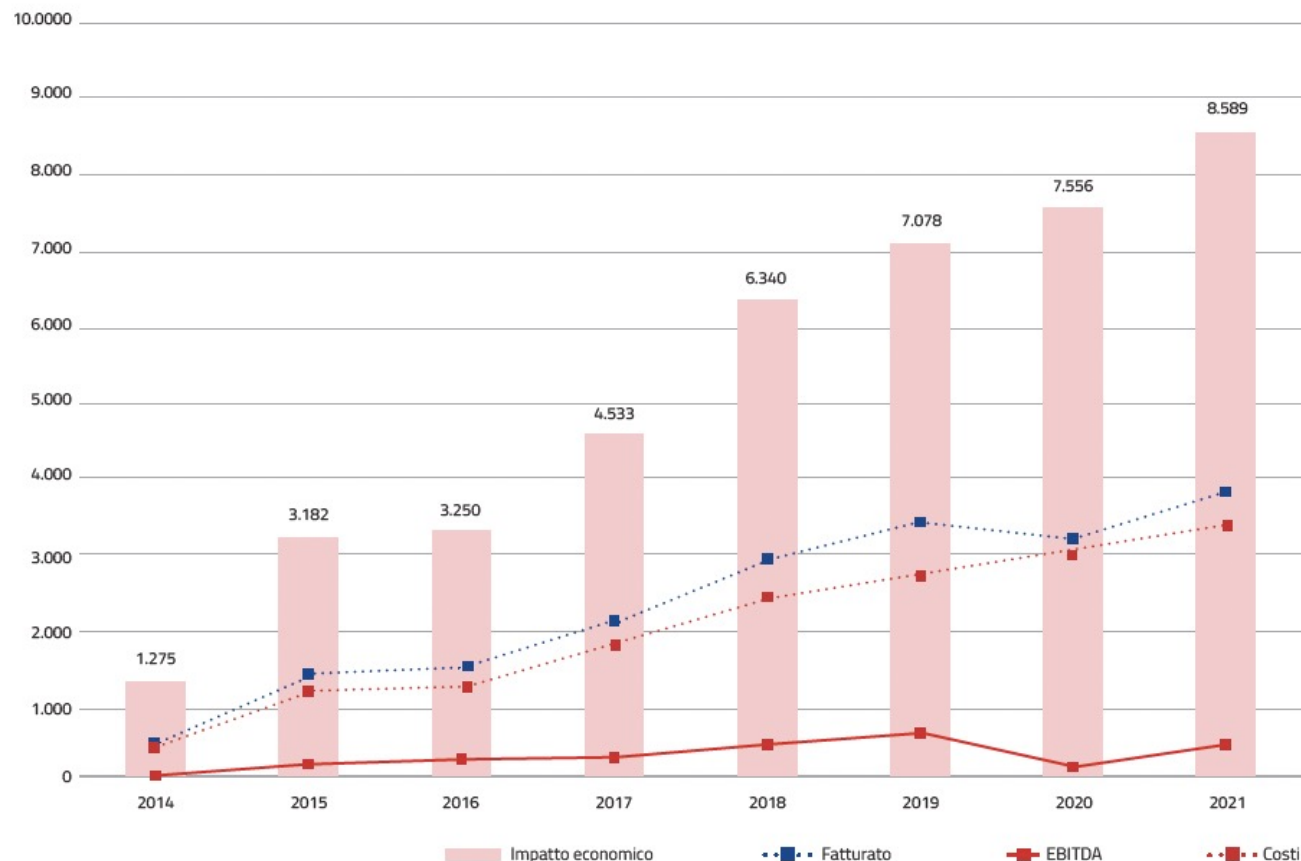
A questi, si uniscono, inoltre, gli effetti sociali generati che non hanno una valutazione economica ma che accrescono il valore sociale di Italiacamp.



Crescere con l'impatto.

Il modello input-output (di Leontief) restituisce un valore dell'**impatto economico diretto, indiretto e indotto**, pari nel 2021 a 8,5 milioni di euro.

Considerando il rapporto tra l'impatto economico e il valore degli investimenti dei soci si può affermare **che per ogni euro investito in Italiacamp, l'organizzazione ha generato 11,3 € di impatto economico nell'ecosistema di riferimento**. Questo valore è cresciuto del 33 % nell'ultimo biennio.

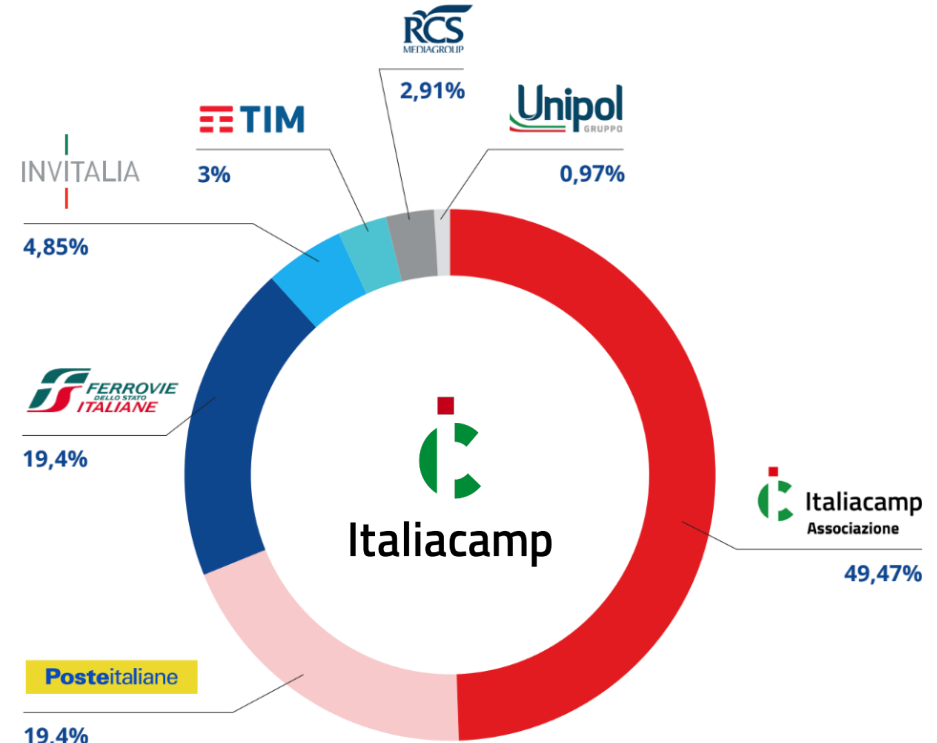


Impact organization.

Italiacamp nasce nel 2009 come think tank universitario, nel 2010 si costituisce come associazione, a cui nel 2012 si affianca Italiacamp s.r.l.

Nel corso degli anni Italiacamp ha mantenuto la sua vocazione al cambiamento offrendo il proprio know-how a organizzazioni pubbliche, private, in particolar modo istituzioni e pubbliche amministrazioni, per realizzare progetti sfidanti ad alto impatto **economico e sociale, abilitando innovazione, connessioni ed esperienze.**

Nel 2019 il progetto Italiacamp ha compiuto i primi 10 anni di vita. I riconoscimenti ottenuti e i risultati raggiunti hanno reso chiaro il percorso di sviluppo futuro dell'organizzazione che si riconosce come **impact organization**, impegnata a dare risposta ai bisogni emergenti in termini di sostenibilità, inclusione e innovazione connettendo le più avanzate esperienze organizzative e istituzionali del Paese con la società civile.



Profit e
non profit. Insieme.



Italiacamp

INSIEME.

Italiacamp Srl

Piazza dell'Esquilino 5, 00185 Roma
Via Massimo D'Azeglio 3, 20154 Milano

Italiacamp.com

IN

TW

FB

IG

YT