

## Valutazione d’impatto del progetto *Restart with us*

Al fine di misurare la propria performatività e l’impatto delle proprie azioni di sostegno e servizi, Fondazione Welfare Ambrosiano ha definito, con il supporto tecnico di Synergia srl, un servizio di valutazione di impatto degli *outcome* e degli *output* di due servizi *core* della sua offerta: ***Partita AttIVA*** – il credito per lavoratori indipendenti – e ***Credito Solidale 2.0 Ripartenza*** – il prestito per persone in situazione di temporanea difficoltà economica.

Nella valutazione sono state considerate le seguenti dimensioni di analisi, articolate successivamente in sottodimensioni.

Per quanto riguarda gli *output*:

- **Efficacia**, intesa come la capacità di produrre l’effetto e i risultati voluti o sperati;
- **Efficienza**, intesa come la capacità di contenere i costi dell’intervento senza ridurre i miglioramenti raggiungibili.

Per quanto riguarda gli *outcome*:

- **Impatto**, cioè il grado in cui i miglioramenti raggiungibili sono in effetti conseguiti;
- **Accettabilità**, intesa come la conformità rispetto ai desideri e le aspettative degli utenti del servizio e delle comunità in senso più generale;
- **Legittimità**, ossia la conformità alle preferenze sociali così come rappresentate dalle norme, regole e leggi vigenti;
- **Equità**, la conformità ai principi che determinano ciò che è giusto ed equo nella distribuzione degli interventi e dei loro benefici tra i membri della popolazione di riferimento.

Per la raccolta dati sono stati utilizzati strumenti e tecniche quali dati di registro e amministrativi, ***workshop partecipativi*** con i beneficiari e ***interviste telefoniche*** a un anno dalla loro presa in carico.

Infine, la Responsabile di FWA è stata coinvolta in un’***intervista-audit***.



Il primo tassello del percorso di autovalutazione che FWA ha affrontato è rappresentato dal **Seminario** “Pandemia e nuove povertà nella Città Metropolitana di Milano”: l’obiettivo è stato quello di identificare possibili risposte per affrontare gli impatti negativi generati dalla crisi, in particolare per quanto riguarda l’analisi dei bisogni e delle reti e la comunicazione. Le riflessioni emerse sono poi state approfondite e operativizzate grazie al supporto e al coinvolgimento dei beneficiari delle due misure durante i *workshop* partecipativi.

Il progetto risulta complessivamente **positivo e di forte impatto**: l’attività di FWA non si è limitata all’erogazione di misure di microcredito per persone, nuclei familiari e per piccole Partita IVA, ma è stato attivato anche un importante percorso di autovalutazione, riflessione e ripensamento sulle funzioni stesse e sul suo operato.

Emerge, dalle riflessioni svolte durante i *workshop*, l’urgenza di sviluppare attività di comunicazione, sensibilizzazione e informazione capillari.

Le due misure oggetto dell’intervento valutativo hanno avuto un impatto complessivo sul target più che positivo. Per quanto riguarda **Partita AttIVA** è stato riscontrato un elevato livello di gradimento da parte dei beneficiari e un impatto positivo sulla loro situazione economica. Si è riflettuto anche su alcuni elementi di possibile miglioramento della qualità del servizio, quali la messa in rete dei beneficiari, la possibilità di avere un supporto formativo riguardante il management della propria attività e il supporto allo sviluppo di competenze psicologiche e comunicative per la gestione aziendale.

Anche per la misura **Credito Solidale 2.0** la maggior parte dei beneficiari ha migliorato la propria condizione economica ed è stato registrato anche un significativo aumento dell’occupazione. Elementi di possibile miglioramento sono la facilitazione dell’accesso alla rete dei servizi territoriali e la condivisione su canali di comunicazione di notizie di potenziale interesse per gli utenti. Su ciò sarà necessario dare continuità ed eventualmente attivare i necessari raccordi con tutti i soggetti già a partire dalla prossima annualità.

Le informazioni ricavate dal percorso valutativo hanno dato vita al **piano strategico 2022-2024**.

La **comunicazione** ha assunto un ruolo centrale: è stato revisionato il sito internet, impostando in maniera differente la presentazione delle risposte ai bisogni e modificando la struttura di navigazione con l’obiettivo di raggiungere più persone. Un ulteriore elemento di grande rilievo è stato il riconoscimento dell’importanza dell’**accompagnamento** e del **mentoring**. Proprio per questo motivo, i percorsi con i



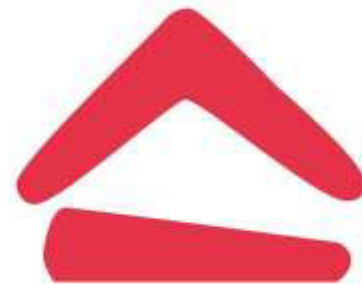
beneficiari si sono costruiti e modellizzati annettendo al sostegno al reddito in forma di microcredito aspetti di consulenza, formazione e mentoring.

La sfida del triennio in apertura è quella di costruire un modello di accompagnamento sui servizi ausiliari che possa divenire replicabile e adattabile a diversi contesti, dimostrando che il Microcredito Sociale può essere un potente strumento di Welfare di prevenzione, ovvero di affiancamento a persone che sono in difficoltà, ma possiedono competenze adeguate a farvi fronte. Per fare ciò, dovrà essere ricercato anche l'appoggio e la collaborazione delle Istituzioni, in modo che possano essere destinate parte delle risorse che oggi sono assegnate alle politiche attive e al Welfare territoriale a queste forme di accompagnamento.

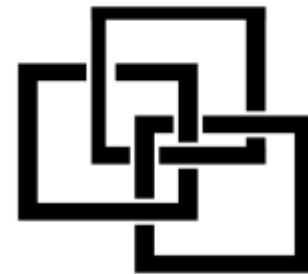
Per ulteriori approfondimenti sugli esiti dei questionari e dei workshop partecipativi si veda la presentazione di seguito.

# Misurazione degli outputs e degli outcomes delle attività della Fondazione Welfare Ambrosiano

Credito Solidale 2.0 e Partita AttIVA



FONDAZIONE  
**WELFARE**  
AMBROSIANO



**SYNERGIA**

# Disegno metodologico

**Tecniche e fonti dati** per la raccolta dati:

- Indicatori;
- Interviste a beneficiari a un anno dall'attivazione della misura (Credito Solidale 2.0 e Partita AttIVA);
- Workshop partecipativi con beneficiari;
- Interviste audit.

# Efficacia

## Credito Solidale 2.0

- **Beneficiari presi in carico:** 102 tra agosto 2020 e marzo 2022;
- **dotazione del servizio:** 8 Sportelli (2 nella Città Metropolitana e 6 all'interno del Comune di Milano) – ogni sportello può accogliere in media 269.303 residenti;
- **distribuzione delle risorse** pari a 6.266€ (ammontare medio dei contributi tra i beneficiari nel corso dell'anno);
- **reti di relazione:** collaborazione e creazione di rete con 17 stakeholder del territorio.

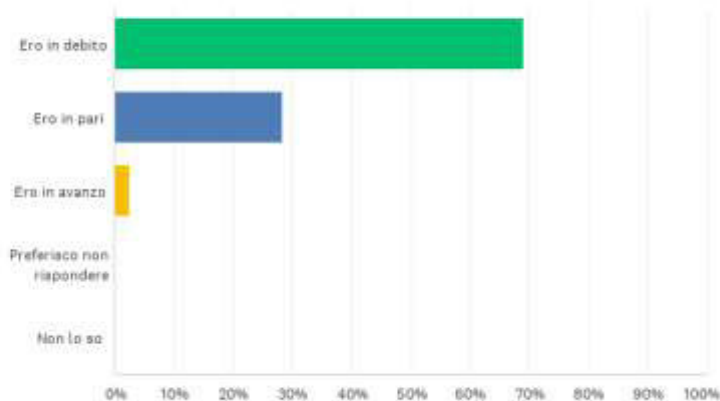
## Partita AttIVA

- **Beneficiari presi in carico:** 10 tra marzo 2021 e febbraio 2022;
- **dotazione del servizio:** 8 sportelli (2 nella Città Metropolitana e 6 all'interno del Comune di Milano) – ogni sportello può accogliere in media 603 residenti;
- **distribuzione delle risorse** pari a 12.200€ (ammontare medio dei contributi tra i beneficiari nel corso dell'anno);
- **reti di relazione:** collaborazione e creazione di rete con 15 stakeholder del territorio.

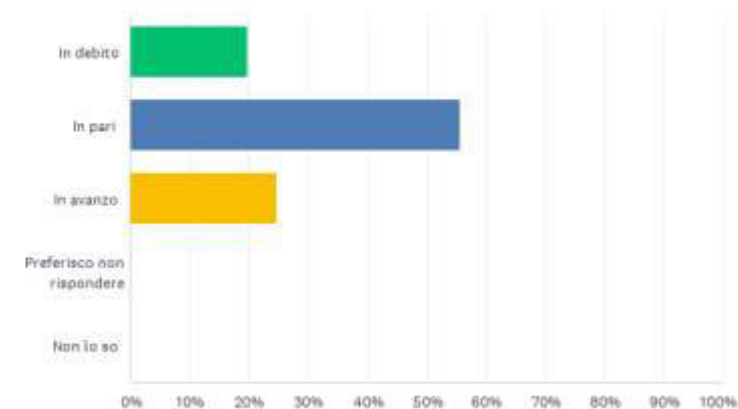
# Questionari Credito Solidale 2.0

- Campione di 81 rispondenti su 91 beneficiari

D2 Prima di accedere alla misura Credito Solidale 2.0, come si presentava -a fine mese - la sua situazione economica-finanziaria?



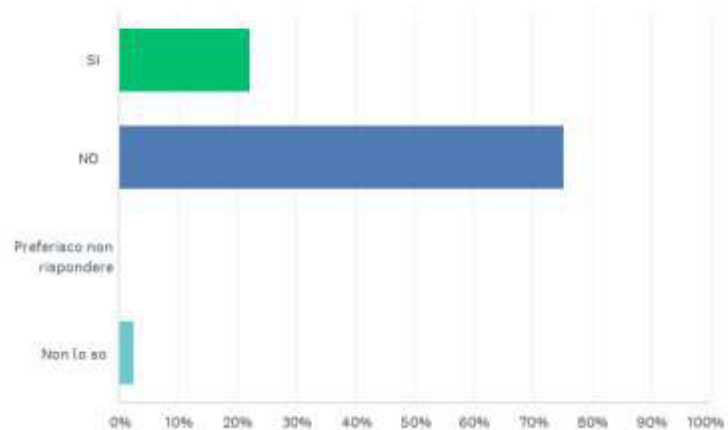
D3 Come si presenta, invece, negli ultimi 3 mesi? (complessivamente)



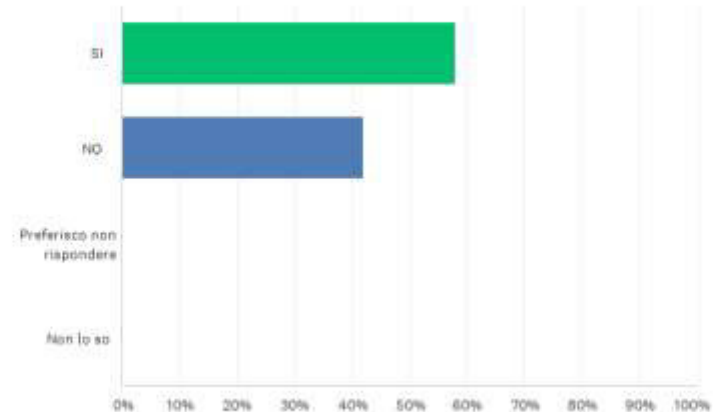
Per comprendere l'impatto della misura viene richiesto agli intervistati di analizzare prima la propria situazione economico-finanziaria precedente all'accesso a C.S. 2.0 e, successivamente, di osservare come si presenta negli ultimi tre mesi. Dalle dichiarazioni degli intervistati si evince il **miglioramento circa il mantenimento dell'equilibrio reddituale e finanziario**: si passa dal 69% al 19% *in debite*; dal 28% al 56% *in pari* e dal 3% al 25% *in avanzo*.

# Fronteggiare spese impreviste

D4 Prima di beneficiare del Credito Solidale 2.0, sarebbe riuscito a fronteggiare una spesa imprevista pari a 800€?



D5 Ed ora riuscirebbe?

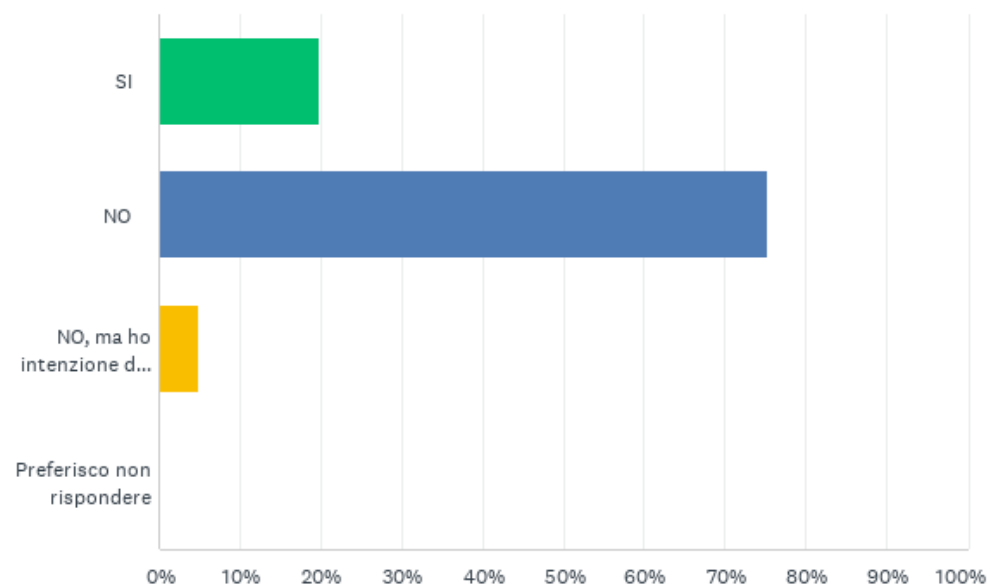


Viene richiesto agli intervistati di analizzare prima la propria capacità, precedente all'accesso alla misura, di fronteggiare una spesa improvvisa pari a 800€ e, successivamente, viene posta la stessa domanda in riferimento alla situazione attuale postuma all'accesso. Dalle dichiarazioni degli intervistati si evince **il miglioramento circa il recupero dell'equilibrio reddituale e finanziario**: la percentuale di rispondenti che afferma di *riuscire a sostenerla* aumenta dal 22% al 58%.



# Ricorso a finanziamenti a banche tradizionali

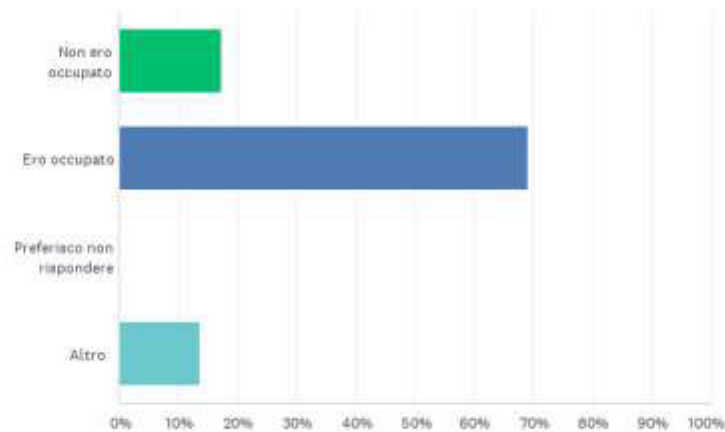
D6 In seguito all'aiuto ottenuto dalla misura Credito Solidale 2.0., ha richiesto ulteriori finanziamenti a Banche tradizionali?



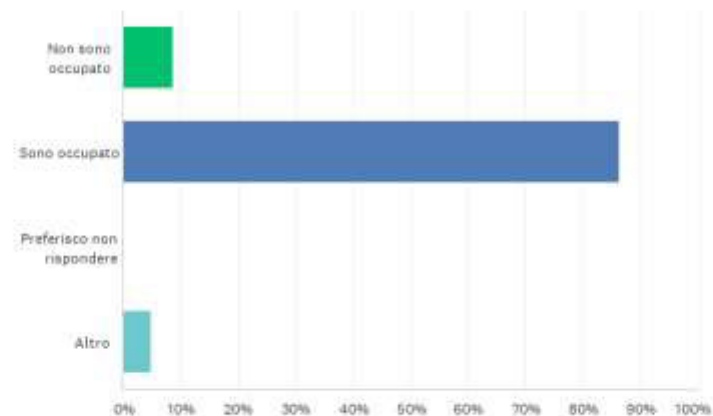
Per quanto riguarda la possibilità di richiedere – in seguito all’aiuto ottenuto dalla misura Credito Solidale 2.0 – ulteriori finanziamenti a Banche tradizionali, il 19,5% degli intervistati riporta di averli richiesti, mentre il 75%, dunque **la maggior parte, afferma di non averlo fatto**. Solo il 4,5% dei rispondenti riporta di non averlo ancora fatto, ma di avere intenzione di farlo prossimamente.

# La condizione occupazionale prima e dopo

D7 Situazione occupazionale prima della misura:



D8 Ed ora?

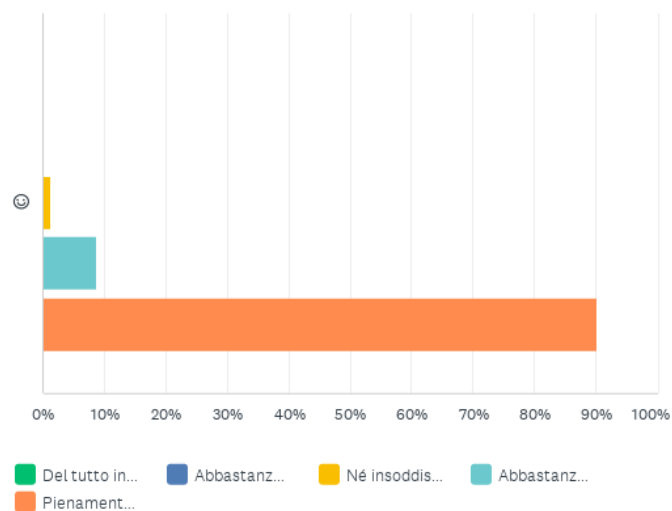


Per quanto riguarda l'inclusione lavorativa, si è registrato un **incremento relativo al numero di rispondenti che si dichiarano occupati dopo la misura**: si passa dal 69% all'86%.

Precedentemente alla misura, tra il 14% dei rispondenti che ha risposto *altro*, 8 hanno dichiarato di essere stati in cassa di integrazione e 2 di essere lavoratori autonomi che in quel periodo non percepivano alcuna entrata; successivamente all'accesso, tra il 6% degli intervistati che ha risposto *altro*, 3 hanno dichiarato di essere in pensione e 1 in maternità.

# La soddisfazione per il supporto ricevuto

D9 Da 1 a 5, dove 1 è "del tutto insoddisfatto" e 5 "pienamente soddisfatto" quanto sei soddisfatto/a del supporto ricevuto da Fondazione Welfare Ambrosiano?



4,9   
Valutazione  
media



- **Pienamente soddisfatto:** 90,3%
- **Abbastanza soddisfatto:** 8,3%
- **Né insoddisfatto né soddisfatto:** 1,4% (1 rispondente)

# Questionari Partita AttIVA

- **5 RISPONDENTI SU 5**

- Settore di operatività delle attività:
  - Commercio al dettaglio di prodotti alimentari, bevande e tabacco (1 risposta)
  - Commercio al dettaglio di articoli culturali e ricreativi, come libri, giornali, giocattoli, etc. (1 risposta)
  - Attività professionali, scientifiche e tecniche come consulenza gestionale, fotografia, etc. (2 risposte)
  - Altro (1 risposta)
- Anno di apertura della P.IVA: tra il 2007 e il 2020

# Caratteristiche demografiche dei rispondenti

## **Genere:**

- 3 uomini
- 2 donne

**Età media:** 43,2

## **Figli a carico:**

- 3 rispondenti hanno dichiarato di non avere figli a carico
- 1 rispondente ha 2 figli a carico
- 1 rispondente ha 3 figli a carico

## **Livello di istruzione:**

- **Diploma di scuola superiore 4-5 anni:** 1 rispondente
- **Diploma Accademico:** 1 rispondente
- **Laurea Specialistica/Magistrale:** 2 rispondenti
- **Laurea vecchio ordinamento:** 1 rispondente

# Questionari Partita AttIVA

Ad 1 anno dall'accesso alla misura, nel 40% dei casi il fatturato è rimasto invariato; per il restante 60% è aumentato tra l'1% e il 30%.

Alla domanda *“Ho avviato la mia attività grazie al supporto di Fondazione Welfare Ambrosiano”*:

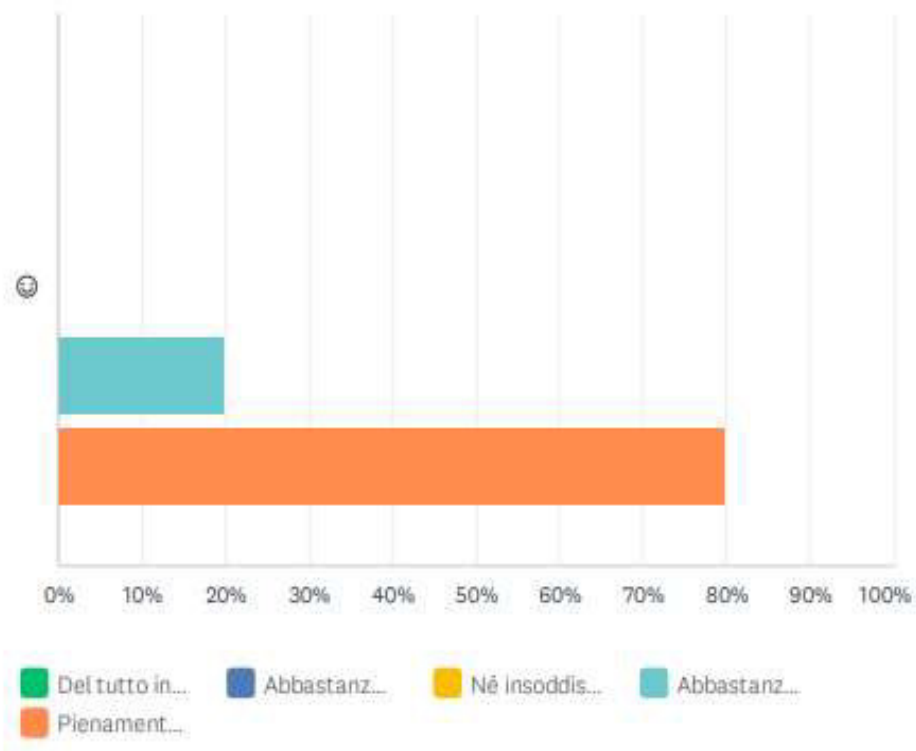
- 40% (2 rispondenti) è **totalmente d'accordo**
- 40% (2 rispondenti) è **abbastanza d'accordo**
- 20% (1 rispondente) è **totalmente in disaccordo**

Il numero medio di persone che lavorano stabilmente all'interno delle attività dei rispondenti è **1 dipendente**.

# La soddisfazione per il supporto ricevuto

D6 Quanto sei soddisfatto/a del supporto ricevuto da Fondazione Welfare Ambrosiano?

Risposte: 5 Saltate: 0



- 4 rispondenti **pienamente soddisfatti**
- 1 rispondente **abbastanza soddisfatto**

4,8   
Valutazione  
media



# Workshop partecipativi

Gli obiettivi specifici dei workshop partecipativi sono stati individuati a partire dall'ipotesi che le dimensioni più inesplorate e su cui era maggiormente urgente un confronto con i beneficiari (sia di Partita AttIVA che di C.S. 2.0) fossero quella della sfera dei **bisogni** e quella della **comunicazione**. Le dimensioni di interesse sono state anche identificate a partire dai risultati di un **seminario interno con esperti sul tema «Pandemia e nuove povertà nella Città Metropolitana di Milano»**.

## Obiettivi e domande di ricerca:

- A. **L'analisi dei bisogni dei beneficiari e della rete con i servizi del territorio:** *di quali dimensioni si compone la sfera dei bisogni dei beneficiari FWA? Il servizio di FWA copre il bisogno di supporto allo sviluppo professionale/supporto economico attraverso i servizi erogati? Quali miglioramenti possono essere apportati al servizio, senza snaturarne le caratteristiche fondamentali? Quali connessioni di rete possono essere attivate per orientare i beneficiari (anche) verso altri servizi territoriali?*
- B. **L'analisi degli strumenti e dei contenuti comunicativi:** *quali canali di comunicazione utilizza il target di riferimento? quali canali della Fondazione hanno successo? Quale strategia comunicativa può essere adottata in futuro, per raggiungere il target di FWA?*



# Workshop con i beneficiari di Credito Solidale 2.0

## Tema – Bisogni e rete di servizi

- **Efficacia del servizio:** Alta soddisfazione per il servizio di FWA: sostegno e supporto nella quotidianità, e importanza dell'elemento relazionale del servizio. Dimensioni più apprezzate: possibilità di avere un **supporto diretto**, immediato e personalizzato, **chiarezza** e la **disponibilità degli operatori** non solo nella fase di pre-istruttoria ma **durante tutto il percorso**. La **fase del percorso con maggiori tensioni ed incertezze è la fase di richiesta di credito alla Banca**.
- **Analisi dei bisogni e rete dei servizi:** positivo il **supporto amministrativo-burocratico-gestionale**, il **supporto economico e psicologico**; **mancanza di supporto rispetto alla ricerca di una casa e di un lavoro**. È stata espressa la necessità di **ampliare il range delle possibilità di spesa del credito**, **intermediazione di un'agenzia che possa aiutare a ottenere una soluzione abitativa**, **supporto alla gestione familiare e del lavoro**, **supporto alla salute**.
- **Miglioramento del servizio:** creazione di uno spazio contenente i materiali che riguardano la **documentazione necessaria e gli step che portano al compimento della pratica in una fase ex ante**; **ex post è necessario un file personale in cui vengono riassunti le fasi e i passaggi percorsi**; **diffusione di informazioni riguardo bandi di altri enti**; **supporto formativo nella gestione delle risorse**.

# Workshop con i beneficiari di Credito Solidale 2.0

## Tema – Comunicazione

- **L'esperienza della scoperta:** esperienze di scoperta della Fondazione: passa parola tramite la rete familiare, newsletter sindacale, Google, consultazione del sito internet di FWA. **Elementi emotivo: senso di vergogna e fallimento personale, blocco emotivo** importante che rallenta l'accettazione della propria situazione; la relazione emotiva viene poi impattata positivamente dalla relazione che si crea con gli operatori della Fondazione.
- **Canali di comunicazione:** amici, famiglia, Comune, newsletter, email, rete lavorativa, giornali, social networks, convegni-conferenze-seminari, bacheche, poster, app, telegiornale. I **canali considerati più efficaci** sono quelli del **passaparola** tramite familiari e amici → **forte connessione con la dimensione emotiva.**
- **Contenuti:** la **comunicazione di FWA deve, secondo i beneficiari, insistere sul principio che può succedere a tutti di avere bisogno** di un supporto economico, e che quello offerto da FWA è un percorso in cui la persona è attiva, ascoltata e valorizzata.

# Workshop con i beneficiari di Partita attiva

## Tema – Bisogni e rete di servizi

- **Efficacia del servizio**: **valutazione generale** riguardo la misura Partita Attiva è **positiva**. Le dimensioni più apprezzate sono state il supporto di FWA nei **rapporti con la banca, l'analisi delle criticità relative al business plan, la chiarezza delle informazioni ricevute**, il supporto tecnico, legale e finanziario-gestionale e «l'umanità» dei mentors. È emersa la necessità di lavorare sul progetto fin dalle fasi iniziali con FWA e di creare una calendarizzazione degli step del percorso.
- **Analisi dei bisogni**: **supporto formativo e di aggiornamento dal punto di vista finanziario, amministrativo e organizzativo; necessità di fare network tra beneficiari e aumentare il capitale sociale sul territorio; supporto alla ricerca di lavoro; supporto psicologico.**
- **Rete dei servizi del territorio**: **approccio user-centered, attenzione nei confronti del singolo e del network tra servizi; FWA come ente di riferimento per la mediazione.**

# Workshop con i beneficiari di Partita attiva

## Tema – Comunicazione

- **L'esperienza della scoperta**: i lavori si sono aperti con la condivisione delle **esperienze di scoperta della Fondazione**, esperienze intese sia a livello pratico: opinione positiva sul sito web della Fondazione, sia esplorazione dell'elemento emotivo: come ci si è sentiti in quel momento → **sensazioni positive, serenità, carica ed energia**.
- **Canali di comunicazione**: social network, Google, Comune, Camera di commercio, eventi, bacheche, poster, blog, fiera, newsletter, sindacati, amici, webinar, giornali, annunci → **canali digitali sono fondamentali per diffondere contenuti e arrivare ad una piattaforma di utenti più ampia, soprattutto i giovanissimi**. Per i canali istituzionali è necessario rafforzare e migliorare il processo di condivisione delle informazioni.
- **Contenuti**: secondo i beneficiari **la comunicazione dovrebbe insistere sulla possibilità di realizzare un sogno professionale e sulla serietà e competenza dei supporti ricevuti**. L'efficacia del servizio di FWA ha fatto sì che la **Fondazione venga presa come punto di riferimento non solo nel presente ma anche nel futuro**; proprio questa dimensione di lungo termine (a livello di impatto generato e di fiducia creata) è risultata caratteristica della misura Partita Attiva.

# Riflessioni conclusive e prospettive di lavoro

## Partita AttIVA

### Elevato gradimento dei beneficiari.

#### Possibili suggerimenti:

- Elementi che potrebbero migliorare la qualità del servizio sono concentrati nella prima fase di avvio dello stesso → necessità di un **supporto formativo**, poiché i beneficiari si sono definiti inesperti nella gestione aziendale.
- **Messa in rete dei beneficiari** della misura: maggiore accrescimento del know-how e la possibilità di collaborare a progetti comuni.
- La semplice messa in rete, l'organizzazione di incontri a distanza e in presenza tra beneficiari, l'incontro e confronto con buone pratiche e casi virtuosi che in passato hanno avuto accesso al supporto di FWA – tutte **azioni potenzialmente operativizzabili** su un orizzonte temporale non eccessivamente lungo, ma dal sicuro impatto e interesse da parte dei soggetti coinvolti.
- Come sollecitato dai beneficiari, sul medio-lungo termine FWA potrebbe sviluppare **attività atte a supportare i beneficiari durante il servizio e dare ad essi importanti skills trasversali** → supporto formativo riguardante il management della propria attività (principalmente dal punto di vista finanziario, amministrativo e organizzativo) e il supporto allo sviluppo di competenze psicologiche e comunicative per la gestione aziendale.

## Credito Solidale 2.0

### Elevato gradimento dei beneficiari, soprattutto dal punto di vista della gentilezza e della chiarezza in tutte le fasi del processo.

#### Possibili suggerimenti:

- Realizzare una **cartella (fascicolo) digitale** contenente in forma ordinata tutti i materiali riguardanti la documentazione necessaria e gli step e le scadenze che portano al completamento della pratica.
- **Facilitazione dell'accesso alla rete dei servizi** territoriali.
- Condivisione sui vari **canali di comunicazione** di notizie riguardanti **altri bandi**, sia pubblici che privati, di potenziale interesse per gli utenti.
- Attivare **raccordi con tutti i soggetti**, istituzionali e non, della rete territoriale dei servizi sociali, dell'abitare, lavorativi, di supporto psicologico e sanitario.

# Misurazione degli outputs e degli outcomes delle attività della Fondazione Welfare Ambrosiano

Credito Solidale 2.0 e Partita AttIVA

