



MISURAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE NELLA MICROFINANZA

Riccardo PETROCCA*

* Senior Consultant della società di business advisory

Tarticolo rappresenta un estratto del subject paper "La misurazione dell'impatto sociale nella microfinanza" pubblicato in allegato al Rapporto Italiano della Social Impact Investment Task Force istituita in ambito G8 dal titolo "LA FINANZA CHE INCLUDE: GLI INVESTIMENTI AD IMPATTO SOCIALE PER UNA NUOVA ECONOMIA". Questo articolo, in quanto estratto, non riporta il capitolo sui "Principi internazionali" ed il capitolo sui "Metodi e standard di social performance".

ESTRATTO PAPER

La microfinanza è un settore che può considerarsi attualmente in uno stato avanzato nel panorama degli investimenti sociali, relativamente alla presenza di standard, metodi consolidati e riconosciuti a livello internazionale, di misurazione della performance e dell'impatto sociale. In questo lavoro sono stati presentati sia degli standard e principi di riferimento di settore, sia diversi approcci di *social performance management* e di misurazione dell'impatto. E' necessario prima di tutto distin-

guere i due concetti. La social performance è definita dalla Social Performance Task Force (SPTF) come "l'effettiva implementazione pratica della mission sociale di un'istituzione di microfinanza, attraverso il raggiungimento di un alto numero di persone indigenti e escluse dal sistema finanziario, l'offerta di prodotti finanziari di alta qualità e adeguati alle esigenze della clientela, la creazione di benefici per i clienti". Tale approccio è imprescindibile da un adeguato sistema di governance che risponda anche a principi di responsabilità sociale (Hashemi 2007)¹. La valutazione di impatto può essere considerata come parte del sistema concettuale di performance sociale² e rappresenta una relazione di causa-effetto, misurabile, dell'attività di microfinanza sulle condizioni dei clienti (Banerjee, 2009)³. Ancora più semplicemente l'impatto rappresenta il cambiamento diretto tra i clienti e

¹ Hashemi, S., *Beyond good intentions: measuring the social performance of micro finance institutions*, Focus Note, CGAP, 2007.

² La misurazione di impatto non è necessariamente inclusa nei meccanismi e metodi di social performance management.

³ Banerjee, Abhijit, Duflo, Esther, Glennerster Rachel e Kinnan Cynthia, *The miracle of microfinance? Evidence from a randomized evaluation*, Financial access initiative, 2009

indiretto tra i non clienti, quali per esempio la rispettiva famiglia. La performance sociale rappresenta l'intero processo di generazione dell'impatto e la relativa misurazione ne rappresenta la fase conclusiva.

POVERTY ASSESSMENT TOOLS

Gli strumenti di valutazione della povertà rappresentano una tipologia di valutazione del cliente e sono utilizzati sia in fase di valutazione della clientela prospect che in fase di misurazione dell'impatto sul livello di povertà dei clienti effettivi. Questi strumenti consentono di:

- misurare lo stato relativo o assoluto del livello di povertà dei clienti
- definire il profilo del cliente in fase di acquisizione e al termine del rapporto
- monitorare e tenere traccia dei cambiamenti nel tempo
- disporre di dati per indirizzare e allocare i clienti in differenti programmi.

Gli strumenti di valutazione della povertà assoluta misurano la povertà del cliente attraverso *benchmark* di riferimento internazionali (normalmente il riferimento è rappresentato dal livello di povertà stabilito dalla Banca Mondiale). Tra questi strumenti annoveriamo i seguenti: Progress out of Poverty Index (PPI) della Grameen Foundation, Poverty Assessment Tools (PATs) (USAID)⁴.

Il Progress out of Poverty Index (PPI) è un indice basato su una serie di indicatori i cui dati sono raccolti in fase di valutazione della richiesta di credito. Gli indicatori sono poi correlati con il livello di povertà di *benchmark* fornendo una misura del livello di povertà (o della probabilità di raggiungimento di determinati livelli di povertà) del cliente; tali dati consentono di valutare la profondità dell'*outreach* dell'istituzione di microfinanza.

Il Poverty Assessment Tools (PATs) si basa anch'esso sulla raccolta dati sul campo tramite interviste specifiche. Gli strumenti di valutazione della povertà relativa, invece, misurano la povertà del cliente utilizzando come riferimento gli altri clienti presenti nel proprio portafoglio e/o la comunità locale di riferimento.

EUROPEAN MICROFINANCE NETWORK – RESEARCH WORKING GROUP

Dai risultati del Research Working Group, pubblicati nel 2011⁵, è emersa una posizione favorevole ad un approccio alla gestione della social performance che tenga conto della prospettiva legata al *gender* e alle minoranze etniche così come agli immigrati. Il Research Working Group ha inoltre identificato una serie di tipologie di indicatori, quantitativi e qualitativi, che devono necessariamente far parte di una valutazione in termini di performance sociale delle attività di una istituzione di microfinanza. Gli indicatori quantitativi dovrebbero includere anche il supporto all'occupazione, all'imprenditoria, con particolare riferimento alle imprese in fase di start-up, ed all'*outreach*. Gli indicatori qualitativi, tra gli altri, dovrebbero includere anche le tipologie relative alla soddisfazione del cliente, all'integrazione sociale, al trend nei consumi e nei risparmi, e al miglioramento della qualità della vita, con riferimento al budget e alla capacità di spesa della famiglia e al benessere in generale.

CLIENT ASSESSMENT TOOL – FINCA INTERNATIONAL

FINCA è un'istituzione di microfinanza internazionale che ha sviluppato una propria metodologia di misurazione dell'impatto sociale, derivante dalla

⁴ Social Performance Taskforce; <http://sptf.info/sp-tools/poverty-assessment-tools>.

⁵ European Microfinance Network, Research Working Group. *Electronic Research Bulletin*, N° 2, 20 January, 2011.

sua attività sui clienti, in termini di valutazione dell'outreach e misurazione del cambiamento. FINCA valuta l'impatto in base a due dimensioni principali: il miglioramento della vita dei clienti e la protezione del cliente. Per quanto concerne la prima dimensione, FINCA ha identificato i seguenti principali indicatori:

- maggiore inclusione verso i servizi finanziari,
- aumento del reddito e miglioramento degli standard di vita,
- *empowerment* dei clienti, in termini di capacità a raggiungere gli obiettivi personali.

FINCA ha elaborato uno strumento specifico chiamato "FINCA's Client Assessment Tool"⁶ finalizzato alla raccolta sul campo, tramite una specifica *survey*, di dati socio-demografici, relativi all'accesso ai prodotti finanziari, al livello dei consumi, investimento e alla capacità di spesa in generale, alle attività generatrici di reddito e al livello di soddisfazione. Per quanto concerne, invece, la dimensione relativa alla protezione del cliente, FINCA segue i principi della Smart Campaign.

SCENARIO ITALIANO DELLA MISURAZIONE D'IMPATTO

Da uno studio condotto dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali e ABI⁷ è emersa l'importanza del ricorso ad indicatori sia quantitativi, relativi all'intervento, che qualitativi, ai fini della misurazione dell'impatto sociale. Tra gli indicatori quantitativi, sono considerati rilevanti, gli indicatori di outreach e di profondità, la tipologia di clienti-beneficiari, il livello dei crediti erogati in termini di importi, l'adeguatezza del costo del credito rispetto al reddito e la replicabilità del ricorso al credito rispetto all'ef-

fetto di stabilizzazione conseguente al credito ricevuto⁸. Tra gli indicatori qualitativi, invece, è emersa la rilevanza di quelli relativi alla qualità dei servizi erogati e alla rispondenza ai bisogni del cliente, all'esistenza di servizi non finanziari accessori (es. assistenza tecnica), di supporto o incentivazione al risparmio e all'esistenza di meccanismi atti a evitare

il verificarsi di situazioni di sovra-indebitamento. L'adozione di tali indicatori presuppone la scelta di strumenti e metodi di raccolta dati periodici, strutturati e dinamici a supporto delle elaborazioni statistiche dei dati. Sempre nell'ambito di programmi di microfinanza, mirati

a un'esigenza e target specifici, un altro strumento che può essere utilizzato ai fini della misurazione dell'impatto sociale è lo SROI (social return on investment)⁹. Tale metodo, che trova le sue fondamenta nel classico indice economico ROI, si basa sulla quantificazione del valore sociale prodotto rapportato al costo complessivo dell'intervento stesso. Il valore sociale è dato dalla sommatoria dei benefici, espressi in termini monetari anche attraverso l'adozione di proxy economiche, al netto di eventuali effetti negativi e azioni ininfluenti. Da un'indagine internazionale svolta dalla Fondazione Cariplo¹⁰ su



FINCA®

⁶ FINCA International; www.finca.org.

⁷ ABI, Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Quaderni della Ricerca Sociale; Politiche pubbliche e private per l'erogazione di servizi di microfinanza; QRS14. Lo Studio consiste in un'analisi congiunturale delle condizioni finanziarie delle famiglie italiane e, altresì, dello stato di attuazione delle politiche di microfinanza in Italia.

⁸ Questo ultimo fattore può risultare in controtendenza rispetto ad indicatori relativi alla fidelizzazione del cliente (in caso di rinnovo del credito).

⁹ Tale metodo è stato per esempio adottato nell'ambito della valutazione del programma di microcredito "Iniziativa di microcredito e microfinanza a favore delle popolazioni colpite dal sisma (MXA)", avviato nel 2010, finanziato da Etimos e promosso dalla Protezione Civile. Per ulteriori informazioni si rimanda al Rapporto di Monitoraggio e Valutazione; 2013.

¹⁰ A. Duqi, Fondazione Cariplo. Performance economica e sociale delle istituzioni di microfinanza: alcune evidenze empiriche; Quaderni dell'Osservatorio, n. 15/2014.

un campione di istituzioni di microfinanza, sono emersi i seguenti ambiti di valutazione della performance sociale: indicatori di *outreach*, espressione del livello di inclusione finanziaria, indicatori relativi al sovra-indebitamento (es. rapporto tra numero di clienti e numero di crediti in essere alla fine dell'anno), tasso di ritenzione dei clienti¹¹, tasso di rotazione del personale e indicatori relativi alla protezione del cliente¹². Tra gli indicatori di protezione del cliente, in aggiunta ai principi previsti dalla Smart Campaign, si segnalano anche, tra gli altri, gli indicatori relativi alla presenza della rendicontazione sociale, a meccanismi adeguati di governance, valutazione adeguata del merito creditizio, etc.

CONCLUSIONI

Il settore della microfinanza rappresenta un interessante caso di studio e può essere considerato come un valido *benchmark* nell'ambito più ampio dell'*impact investing* e degli investimenti sociali. La misurazione della performance sociale e dell'impatto dovrebbero essere basate su un approccio che includa sia indicatori qualitativi che quantitativi, facendo ricorso anche ad indicatori *proxy* di carattere economico. In particolare, si evidenzia la necessità di un approccio che valuti sia il raggiungimento degli obiettivi sociali dell'operatore di microfinanza (es. *outreach*), i processi e i meccanismi interni di governance, sia gli aspetti che impattano direttamente e indirettamente sulla qualità e le condizioni di vita del cliente, in primis, la qualità dei prodotti finanziari e dei servizi erogati, nonché il contesto socio-economico di riferimento. Tuttavia, la misurazione di impatto, in particolare, implica metodi strutturati e continuativi che spesso risultano essere onerosi in termini di costi e difficili da attuare, in quanto impli-

cano il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei clienti. Al momento, la dimensione del settore della microfinanza in Europa e in Italia non è tale da favorire, a livello di interventi privati degli operatori di settore, la diffusione dell'utilizzo di strumenti e metodi di misurazione dell'impatto sociale.

ABSTRACT

Per quanto riguarda la misurazione dell'impatto sociale, ad oggi, non è prevista nessuna forma standard e comune di valutazione o certificazione della performance sociale/ambientale attestante il raggiungimento di risultati in termini di impatto. Questo è un argomento di grande attualità che si sta dibattendo solo in alcuni segmenti di questo settore, che già di per sé rappresenta una nicchia di mercato, come ad esempio la microfinanza. E' da segnalare l'esistenza di practice consolidate di modelli di valutazione della performance sociale e dell'impatto definiti dai principali attori del settore. Infatti, nella microfinanza ci sono degli strumenti e delle best practice per valutare la performance sociale e agenzie di rating specializzate per valutare le istituzioni di microfinanza sotto il punto di vista del raggiungimento degli obiettivi sociali; tali rating vengono utilizzati dai fondi di investimento specializzati nella microfinanza o, più genericamente, nell'impact finance. Tali indicatori sono sia di tipo qualitativo che quantitativo (monetario e non) e sono riferiti sia a una dimensione esterna, relativa ai risultati raggiunti che di ricaduta sociale rispetto alla propria mission, che a una dimensione interna all'operatore di microfinanza afferente le modalità organizzative e di governance adottate. Il documento inoltre analizza le practice e le metodologie attualmente esistenti a livello internazionale e nazionale ed evidenzia punti di forza e di debolezza dei diversi approcci.

¹¹ Misurato come rapporto tra numero di clienti attivi alla fine dell'anno e la somma tra numero di clienti nuovi e clienti acquisiti durante l'anno.

¹² Alcuni di questi indicatori sono rappresentati da proxy economico-finanziarie ad espressione degli obiettivi sociali perseguiti.