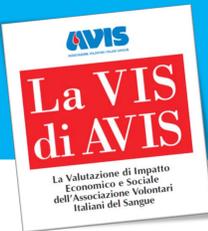


# LA VIS di AVIS

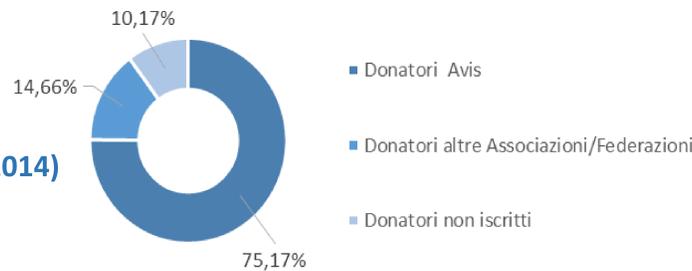
Il valore economico e sociale dell'Associazione Volontari Italiani del Sangue



## 1. Perché VIS e perché AVIS

La ricerca è il risultato dello sforzo intrapreso dall'Associazione Volontari Italiani del Sangue (Avis) e dal Centro di Ricerche sulla Gestione dell'Assistenza Sanitaria e Sociale (Cergas) dell'Università Bocconi di giungere alla definizione di un modello di valutazione capace di misurare, quantificare e comunicare gli **impatti sociali ed economici** delle attività che l'organizzazione stessa promuove, nonché di offrire un contributo all'accesso dibattito sollevatosi, a livello internazionale, attorno al tema della **Valutazione di Impatto Sociale (VIS)**. La rete associativa Avis, con 3.411 sedi capillarmente distribuite su tutto il territorio italiano, interviene a vario titolo nell'esperienza di donazione di 1.287.291 donatori di sangue ed emocomponenti nel nostro Paese, con significative ricadute in termini di valore sociale ed economico generato per questi ultimi, così come per l'intera comunità.

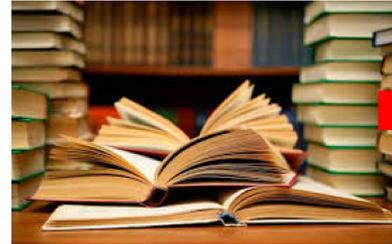
AVIS. Il 75% dei donatori italiani (2014)



## 2. Metodo di lavoro

### Revisione della letteratura

Su VIS in ambito socio-sanitario; su SROI in ambito socio-sanitario; nazionale e internazionale; letteratura scientifica e grigia.

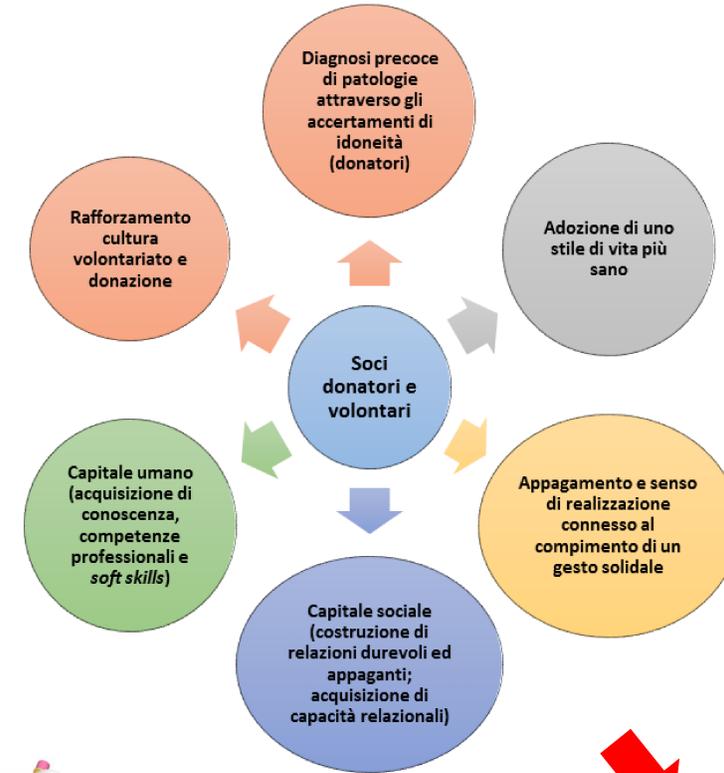


### Focus group

Con informatori rilevanti Avis (n=9)



## Identificazione delle aree di impatto

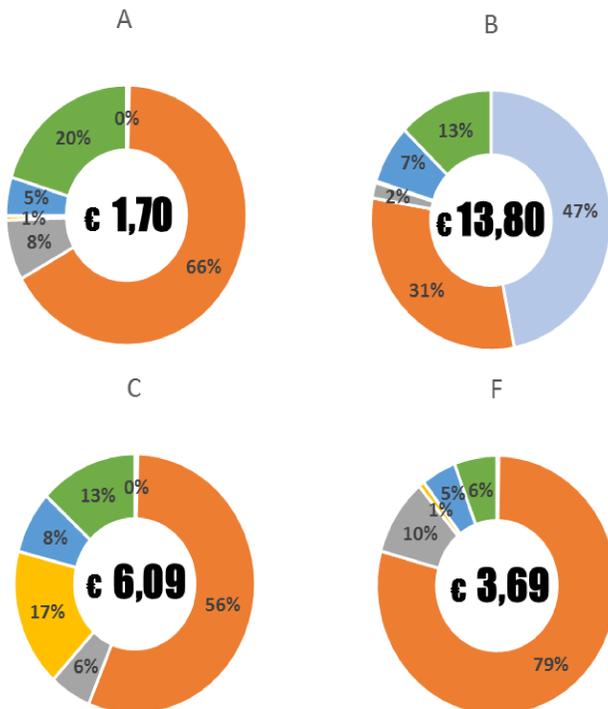


## Definizione proxy finanziarie



## 3. Risultati di sintesi: SROI e incidenza delle aree di impatto

- Diagnosi patologie
- Cambiamento stile di vita
- Capitale sociale
- Capitale umano
- Esperienza donazione/volontariato
- Corroboramento cultura donazione/volontariato



### Analisi dei benefici

Questionario diramato ai soci delle sedi Avis Comunali incluse nel campione (n= 1023 rispondenti soci + 43 donatori non iscritti). Benefici afferenti alle **aree di impatto identificate e attribuzione dei benefici ad Avis**.

### Analisi dei costi

Analisi e riclassificazioni di bilancio; valorizzazione dei c.d. "input non monetari". Sono stati analizzati i costi (contabilizzati e non) connessi **alle attività di raccolta** (es. accoglienza del donatore, accertamento idoneità, prelievo, ecc.) e **alle attività associative** (es. indirizzate all'attrazione/reclutamento dei donatori).

	ATTIVITA' ASSOCIATIVE				ATTIVITA' DI RACCOLTA				
	Chiamata per donazione	Sensibilizzazione, fidelizzazione, formazione (esterna)	Formazione (interna)	Accoglienza dei donatori	Accertamento di idoneità alle donazioni	Prelievo	Servizi post-donazione	Conservazione e stoccaggio di sangue e/o emocomponenti	Trasporto di sangue e/o emocomponenti
Materiali di consumo									
Macchinari e attrezzature									
Risorse umane									
Spazi									

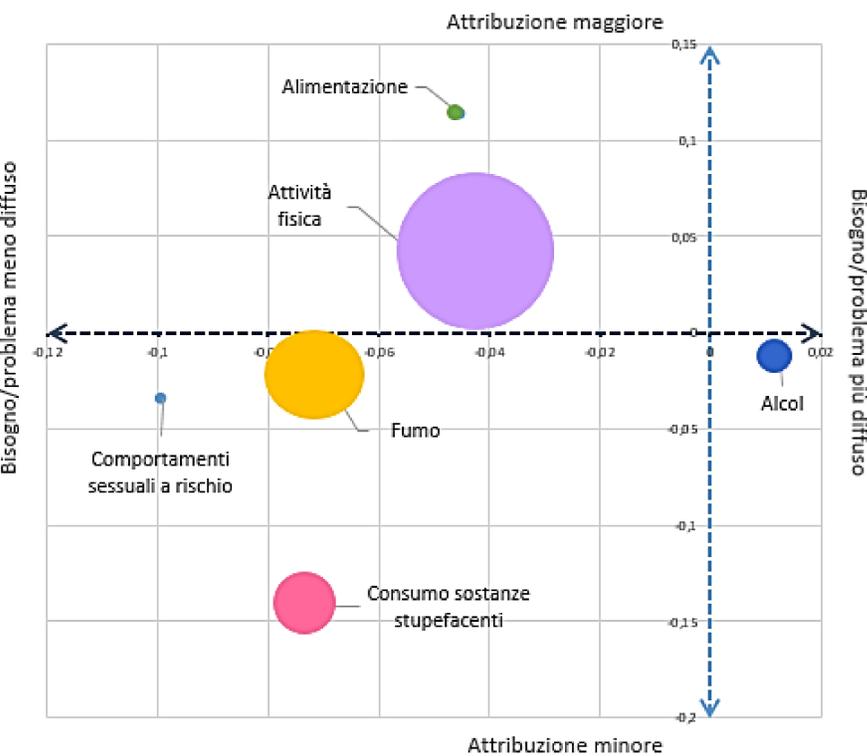
Gli indici SROI delle 4 sedi analizzate **sono tutti positivi** e oscillano tra €1,70 della sede A e i €13,80 della sede B (per ogni euro investito nell'attività complessiva, il ritorno è rispettivamente di €1,70 o €13,80). In particolare, un risultato così elevato per la sede B è dovuto all'impatto inerente alla sfera della diagnosi precoce di patologie, nettamente inferiore negli altri casi.



## 4. Risultati di dettaglio per le aree di impatto analizzate

### Cambiamento stili di vita

L'impatto maggiormente significativo riguarda **la capacità di indurre negli associati l'adozione di uno stile di vita più sano**. Il raffronto fra associati e non ha inoltre permesso di individuare le aree sulle quali concentrare gli interventi associativi (prima fra tutte, la riduzione del consumo di alcolici, seguita dal contenimento dell'abitudine al fumo, dalla cessazione di eventuali consumi di stupefacenti e dalla riduzione di comportamenti sessuali a rischio).



Gli assi della matrice sono dati:

- dalla **maggiore/minore diffusione, a monte, della problematica socio-sanitaria** (ossia dalla maggiore o minore incidenza di abitudini poco sane, se non addirittura dannose per la propria salute);
- dal **differenziale di attribuzione, ossia il grado con cui gli associati riconoscono in misura maggiore o minore l'essere donatori/volontari Avis** come causa del cambiamento positivo.

La superficie del cerchio che individua le aree di impatto è invece rappresentativa dell'incidenza media che ciascuna di esse ha sul valore socio-economico complessivamente generato: in altre parole, le aree di maggiori dimensioni sono quelle che generano un maggiore valore socio-economico.

### Capitale sociale e capitale umano

Passando agli impatti che afferiscono alla **dimensione sociale dell'intervento associativo**, è stata valorizzata la funzione svolta da Avis nel promuovere coesione e interazione sociale sul territorio (**il c.d. capitale sociale**), aspetto che ha reso evidente la distinzione fra coloro che conducono la propria esperienza di donazione come membri di una organizzazione (quale Avis) e coloro che decidono di non associarsi, che riportano una frequenza e intensità di partecipazione ad eventi di aggregazione e una capacità di stringere rapporti significativi nel corso dell'esperienza di donazione molto minori.

Significativo è anche l'impatto generato tramite l'offerta gratuita di iniziative formative per la promozione e la crescita personale e professionale dei propri soci (**capitale umano**). I rispondenti ritengono l'esperienza arricchente non solo per le conoscenze e competenze acquisite (per il 68%), ma anche perché si ritiene abbia inciso sull'ottenimento dell'attuale lavoro (60%).

### Cultura della donazione e del volontariato

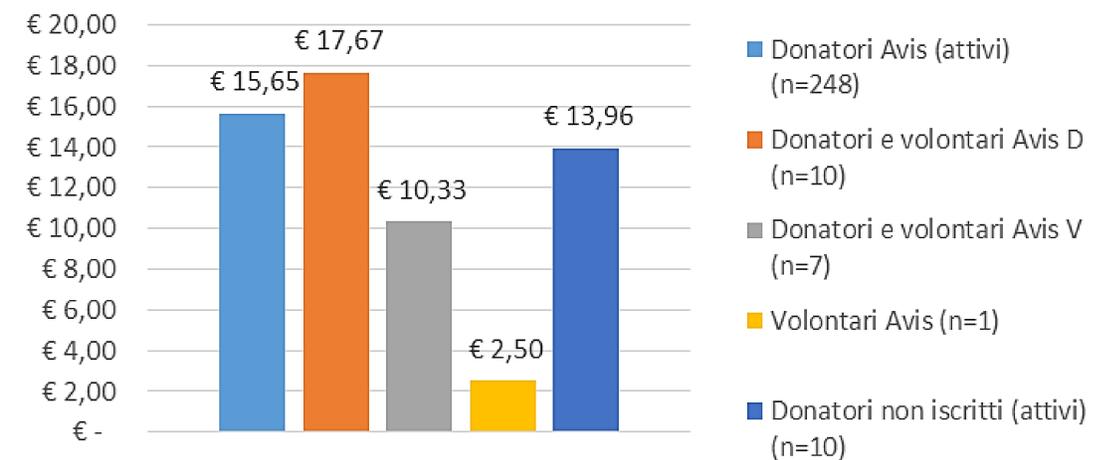
Interessanti le evidenze raccolte in merito all'ipotesi che l'esperienza avuta come donatore e volontario Avis possa aver determinato **una maggiore propensione a compiere erogazioni liberali o attività di volontariato in favore di altre nonprofit**: gli associati ritengono, infatti, che l'esperienza di donazione e/o volontariato condotta all'interno di Avis spieghi il fatto che svolgano attività di volontariato per altre organizzazioni (32%) e il fatto che effettuino donazioni monetarie in loro favore (23%).

Viceversa, i donatori non iscritti riconoscono in misura superiore (31%) l'effetto dell'esperienza di donazione sulla propria propensione a sostenere economicamente altre organizzazioni, ma attribuiscono in scarsa misura (9%) ulteriori esperienze di volontariato al fatto di essere donatori di sangue.

### Altruismo, esperienza di donazione e di volontariato

Questo studio ha avanzato l'ipotesi che l'opportunità stessa di compiere un atto altruistico – nel caso specifico, attraverso la donazione di sangue o l'attività di volontariato per Avis – **rappresenti in sé un beneficio sociale, poichè apporta un "ritorno" per il donatore, seppur intangibile e immateriale**: presupposto per indagare il valore implicitamente attribuito all'esperienza di donazione e volontariato, esplorando la possibilità che ci sia una "disponibilità a pagare" per poterla compiere e ricostruendo tutta la serie di costi indiretti sostenuti da chi la compie.

### Disponibilità a pagare per donare o per fare volontariato



## 5. Apprendimento

**Ad oggi risulta ancora scarsa la diffusione ed applicazione di metodi di valutazione di impatto all'interno del panorama del Terzo Settore italiano**, così come processi di Valutazione di Impatto Sociale specificatamente dedicati alle attività dalle Associazioni di donatori di sangue, in Italia come all'estero.

Lo studio conferma quanto sostenuto da una vasta letteratura in materia di valutazione: uno dei principali pregi di questi processi, **a prescindere dal metodo utilizzato** (l'indice SROI in questo caso) consiste proprio nella capacità di **alimentare meccanismi di apprendimento organizzativo**, per apportare azioni correttive, atte a massimizzare il potenziale di impatto organizzativo (in questo caso, delle sedi Avis analizzate).

Gli esiti di tale studio e la sua articolazione metodologica rappresentano un punto di riferimento nello **sforzo di definire prassi e standard valutativi specifici**, la cui applicazione può essere estesa non solo ad altre sedi Avis, ma ad altre organizzazioni che, pur essendo attive in settori differenti, promuovono attività e programmi capaci di generare impatti sociali analoghi a quelli qui considerati.