



# L'IMPATTO SOCIALE DEL PREMIO COSTRUIAMO IL FUTURO Report di valutazione

Team di progetto: Valentina Langella, Responsabile Area Social Impact, Marco Nugara, Sustainability Manager, Noemi Volontè, Sustainability Consultant.

**ALTIS Advisory S.r.l. SB**

Sede Legale: Via Caradosso 18 - 20123 Milano  
Sede Operativa: Via San Vittore 18 - 20123 Milano  
C.F./P.IVA 12646680962  
Numero REA MI - 2674856

Tel: 0272343511  
PEC: [altisadvisorsrl@legalmail.it](mailto:altisadvisorsrl@legalmail.it)  
Mail: [info@altisadvisory.com](mailto:info@altisadvisory.com)  
Website: [altisadvisory.com](http://altisadvisory.com)



## Indice

Abstract .....	3
Fondazione Costruiamo il Futuro .....	5
Il premio Costruiamo il Futuro .....	5
Metodologia e piano di lavoro .....	6
La mappatura degli stakeholder di impatto .....	6
Il primo coinvolgimento degli stakeholder: i focus group .....	7
I framework di valutazione .....	7
Organizzazioni e aziende sostenitrici .....	7
ETS Partner .....	8
ETS Premiati .....	8
Visitor .....	8
Istituzioni .....	9
Soci .....	9
Il secondo coinvolgimento degli stakeholder: i questionari di valutazione .....	9
I risultati della valutazione .....	11
Organizzazioni e aziende sostenitrici .....	11
ETS Partner .....	14
ETS Premiati .....	16
Visitor .....	21
Istituzioni .....	23
Soci .....	25
Il quadro generale multistakeholder .....	29
Conclusioni .....	31



## Abstract

Il Report analizza il processo e i risultati del progetto di valutazione del premio Costruiamo il Futuro erogato da Fondazione Costruiamo il Futuro sugli stakeholder realizzato con il supporto scientifico e metodologico di ALTIS Advisory Srl SB – spin-off dell'Università Cattolica.

Il premio Costruiamo il Futuro è un'iniziativa promossa dalla Fondazione Costruiamo il Futuro ETS, nata nel 2003 con l'obiettivo di sostenere concretamente le piccole realtà del Terzo Settore e le associazioni di volontariato che operano in ambito sociale, sportivo, culturale e ambientale. Attraverso l'erogazione di contributi in denaro e forniture di materiale tecnico-sportivo, il premio riconosce e valorizza l'impegno quotidiano di queste organizzazioni nel promuovere l'integrazione, l'inclusione e l'assistenza all'interno delle comunità locali.

La valutazione, condotta sul perimetro delle attività realizzate nel corso del 2024, si è basata sulla *Teoria del Cambiamento* e ha coinvolto attivamente gli stakeholder maggiormente impattati dalle attività: gli **ETS premiati**, gli **ETS partner**, le **organizzazioni e aziende sostenitrici**, le **istituzioni**, i **soci** di Fondazione Costruiamo il Futuro e i **Visitor**.

Mediante il coinvolgimento, attraverso focus group, di soggetti rappresentativi di ciascun gruppo di stakeholder, **131 ETS premiati**, **8 ETS partner**, **15 organizzazioni e aziende sostenitrici**, **9 istituzioni**, **13 soci della Fondazione Costruiamo il Futuro** e **13 Visitor**, sono state identificate le Dimensioni d'Impatto e, per ciascuna di esse, sono stati associati specifici indicatori. Il cambiamento percepito dagli stakeholder su ogni indicatore è stato poi indagato tramite questionari, inviati complessivamente a **189 soggetti**, le cui risposte sono state oggetto di un'analisi statistica che ha portato ai risultati presentati di seguito.

Gli **ETS premiati** hanno percepito in particolar modo dei cambiamenti sul piano organizzativo e progettuale. Molti di questi enti hanno visto un notevole rafforzamento delle proprie attività, con una maggiore capacità di rispondere ai bisogni degli utenti e garantire la continuità delle loro operazioni. Inoltre, per molti il premio ha rappresentato un importante riconoscimento, contribuendo a valorizzare il lavoro svolto e a stimolare un impegno ancora più forte.

Anche le **organizzazioni e aziende sostenitrici** hanno sottolineato l'importanza del premio come strumento per il rafforzamento delle comunità locali, la diffusione delle risorse e la creazione di nuove opportunità di collaborazione tra enti e aziende. In particolare, grazie al premio, hanno instaurato nuove relazioni e sviluppato il proprio networking.

Gli **ETS partner**, che supportano direttamente gli ETS candidati, hanno evidenziato significativi miglioramenti nelle dinamiche di networking territoriale e nella creazione di reti di collaborazione, sia a livello operativo che strategico. Un aspetto percepito in maniera particolarmente significativa è stato quello relativo alla possibilità di identificare e promuovere nuove realtà meritevoli sul territorio, amplificando così l'impatto delle azioni.



Per i **visitor**, principalmente giovani universitari coinvolti nella visita e valutazione degli ETS, l'esperienza ha avuto un forte impatto sia a livello personale che professionale. Molti hanno acquisito una maggiore consapevolezza dei bisogni delle realtà del Terzo Settore nel proprio territorio, arricchendo al contempo le proprie competenze relazionali e professionali.

Le **istituzioni**, in particolare i comuni coinvolti nel progetto, hanno visto nel premio un'opportunità per consolidare la propria relazione con gli enti locali e promuovere lo sviluppo e la valorizzazione del territorio. Il premio ha contribuito a rafforzare la coesione tra gli enti pubblici, favorendo la collaborazione e la gestione condivisa delle risorse.

I **soci** della Fondazione hanno percepito un forte miglioramento nei legami con il territorio. Grazie al networking tra soci, sono nate nuove opportunità di collaborazione e visibilità, consolidando ulteriormente il legame tra le aziende e le comunità locali.

In conclusione, la valutazione conferma che il premio Costruiamo il Futuro ha avuto un impatto positivo e diffuso su tutti gli stakeholder coinvolti, favorendo la coesione sociale, la sostenibilità organizzativa e la collaborazione tra enti, aziende e istituzioni. Nonostante i risultati positivi, emergono anche spunti per migliorare ulteriormente e sviluppare nuove opportunità di crescita, al fine di ottimizzare l'efficacia del premio nelle prossime edizioni.



## Fondazione Costruiamo il Futuro

Fondazione Costruiamo il Futuro ETS è un ente del Terzo Settore attivo dal 2003, impegnato nella promozione della solidarietà, della cultura, della ricerca e della formazione. La sua missione è sostenere concretamente le piccole realtà del Terzo Settore e le associazioni di volontariato che operano in ambito sociale, sportivo, culturale e ambientale, contribuendo allo sviluppo delle comunità locali.

I principali ambiti di intervento sono:

- **cultura:** organizza eventi culturali, come mostre d'arte, per rendere accessibile la cultura a un pubblico più ampio;
- **formazione:** promuove masterclass e programmi formativi rivolti ai giovani, favorendo il confronto con esponenti del mondo economico, scientifico, politico e culturale, per comprendere come attuare un'innovazione mantenendo la forza della tradizione;
- **ricerca:** realizza progetti di indagine sulle dinamiche socioeconomiche del territorio;
- **solidarietà:** attraverso il premio Costruiamo il Futuro, la Fondazione eroga contributi in denaro o in beni a piccole associazioni locali.

## Il premio Costruiamo il Futuro

Il premio Costruiamo il Futuro è un'iniziativa promossa dalla Fondazione Costruiamo il Futuro ETS avente l'obiettivo di sostenere concretamente le piccole realtà del Terzo Settore e le associazioni di volontariato che operano in ambito sociale, sportivo, culturale e ambientale. Attraverso l'erogazione di contributi in denaro (da 1.000 a 5.000 euro) e forniture di materiale tecnico-sportivo, il premio riconosce e valorizza l'impegno quotidiano di queste organizzazioni nel promuovere l'integrazione, l'inclusione e l'assistenza all'interno delle comunità locali.

Il premio si svolge annualmente in diverse province della Lombardia, tra cui Milano, Bergamo, Monza e Brianza, Lecco, Valtellina e Valcamonica.

La selezione delle associazioni beneficiarie avviene tramite un bando pubblico, al quale possono partecipare enti non profit con sede operativa nelle aree interessate. Un Comitato d'Onore, composto da rappresentanti dei partner del progetto e membri della Fondazione valuta le candidature in base a criteri quali l'utilità sociale dell'attività, l'importanza e l'urgenza del progetto, la competenza e la passione di operatori e volontari, la presenza di attività giovanili e di volontariato, e il radicamento sul territorio.

Il premio Costruiamo il Futuro è l'attività di principale rilievo di Fondazione Costruiamo il Futuro e, pertanto, è stato avviato un processo di valutazione dell'impatto di questa attività al fine di valutare quali sono i suoi reali effetti su tutti gli stakeholder coinvolti, di identificare le aree di miglioramento e, di conseguenza, di massimizzare il beneficio generato in futuro.



## Metodologia e piano di lavoro

In linea con i Principi della valutazione d'impatto sociale di Social Value International, la metodologia adottata si basa sulla **Teoria del Cambiamento** e segue un approccio orientato agli stakeholder (cd. *stakeholder driven*), articolato in diverse fasi successive tra loro. Questo processo metodologico si distingue per il **coinvolgimento diretto degli stakeholder rilevanti**, il che permette di raccogliere le loro opinioni ed esperienze sui cambiamenti vissuti. In questo modo, è possibile identificare le aree di cambiamento (Dimensioni di impatto) da associare al premio, riducendo possibili distorsioni (*bias*) o autoreferenzialità che potrebbero derivare da domande costruite solo a livello teorico o in *modalità desk*.

## La mappatura degli stakeholder di impatto

Prima di determinare gli effetti generati dal premio sugli stakeholder, è stato necessario individuare quelli presumibilmente più impattati, in modo da poterli coinvolgere.

Per questa fase di progetto, i referenti di Fondazione Costruiamo il Futuro sono stati invitati a compilare un questionario strutturato, in cui è stato chiesto di selezionare, da una lista ampia di portatori di interesse, quelli che ritenevano prioritari per il coinvolgimento. A ciascun referente è stato richiesto di esprimere una valutazione basata su tre criteri:

- Tipo di impatto atteso – sulla base della natura dell'impatto previsto per ciascun stakeholder;
- Volontà strategica di coinvolgimento - tenendo conto degli obiettivi strategici dell'organizzazione e dell'importanza di costruire relazioni solide con specifici gruppi;
- Livello di priorità e opportunità di coinvolgimento – considerando i gruppi che possono ottimizzare le possibilità e tempistiche di coinvolgimento.



Immagine 1: I criteri di valutazione

Dalla lista di partenza sono stati quindi esclusi dapprima quei gruppi di stakeholder che erano stati considerati come "da non coinvolgere" da tutti i referenti progettuali e quelli per cui l'impatto atteso era nullo o indiretto. Successivamente, sono state analizzate le informazioni circa la priorità e l'opportunità di coinvolgimento e sono stati delineati i seguenti gruppi di portatori di interesse rilevanti per l'impatto.



Immagine 2: Gli stakeholder rilevanti per l'impatto

## Il primo coinvolgimento degli stakeholder: i focus group

Dopo aver identificato i gruppi di stakeholder rilevanti per l'analisi di impatto, alcuni rappresentanti di questi gruppi sono stati coinvolti in diversi focus group, con l'obiettivo di raccogliere delle testimonianze dirette per individuare e descrivere i cambiamenti intercorsi nell'ambito delle attività che li legano al premio Costruiamo il Futuro.

Ogni focus group ha avuto una durata di circa un'ora e ha coinvolto un totale di **29** persone.

Questi incontri miravano ad indagare gli effetti del premio su ciascun gruppo di stakeholder, individuando:

- le caratteristiche distintive della relazione con il premio;
- la percezione degli effetti generati dal premio;
- i potenziali rischi e impatti negativi.

I dati emersi dalla fase di indagine hanno permesso di individuare i principali aspetti su cui il premio ha un effetto significativo, successivamente raggruppati in specifiche Dimensioni di impatto.

## I framework di valutazione

I dati raccolti nell'ambito dei focus group sono stati utilizzati per sviluppare i framework di valutazione per ogni gruppo di stakeholder rilevante, costituiti dalle Dimensioni di impatto e dai relativi aspetti.

### Organizzazioni e aziende sostenitrici

Dimensione di Impatto	Aspetto
Sviluppo territoriale e comunitario	Coinvolgimento delle piccole realtà locali e delle comunità periferiche
	Diffusione capillare delle risorse



Valorizzazione del capitale umano aziendale	Engagement dei dipendenti
	Senso di appartenenza dei dipendenti
Governance e trasparenza	Affidabilità nei processi di selezione e finanziamento
	Affidabilità nella gestione delle erogazioni
	Sistematizzazione e coordinamento nella gestione delle erogazioni
Networking e collaborazione	Creazione di relazioni tra aziende, enti e associazioni
	Opportunità di partnership future

Tabella 1: Framework organizzazioni e aziende sostenitrici

### ETS Partner

Dimensione di Impatto	Aspetto
Networking territoriale	Creazione di reti e collaborazioni tra enti
	Democraticità di coinvolgimento
	Individuazione di nuove realtà meritevoli
Relazioni con il territorio	Capillarizzazione delle relazioni con gli enti del territorio
	Risposta ai bisogni territoriali

Tabella 2: Framework ETS partner

### ETS Premiati

Dimensione di Impatto	Aspetto
Crescita organizzativa e sostenibilità	Rafforzamento delle capacità progettuali
	Stimolo allo sviluppo di nuove attività
	Risposta ai bisogni degli utenti
	Supporto alla continuità delle attività esistenti
Valorizzazione e riconoscimento	Riconoscimento del valore sociale generato
	Gratificazione delle persone
	Visibilità
Networking	Conoscenza di altri ETS
	Collaborazioni con altri ETS
	Contaminazione con altri ETS
Relazione umana e ascolto	Instaurazione di rapporti empatici con il personale della Fondazione

Tabella 3: Framework ETS Premiati

### Visitor

Dimensione di Impatto	Aspetto
Sviluppo di competenze	Sviluppo di empatia
	Sviluppo di competenze relazionali
Relazioni interpersonali	Creazione di relazioni interpersonali
	Arricchimento personale
Relazioni professionali	Attivazione di collaborazioni con le associazioni visitate



Connessione con il territorio	Conoscenza delle realtà del terzo settore nel proprio territorio
	Consapevolezza rispetto ai bisogni che le realtà del terzo settore nel proprio territorio possono soddisfare

Tabella 4: Framework Visitor

## Istituzioni

Dimensione di Impatto	Aspetto
Valorizzazione del territorio	Riconoscimento pubblico degli enti nel territorio
Relazioni con il territorio	Mantenimento di un rapporto costante con gli enti del territorio
	La qualità della mappatura degli enti territoriali esistenti
	Risposta ai bisogni degli enti territorio
Coesione istituzionale	Rafforzamento delle relazioni tra enti pubblici
	Creazione di progetti in partenariato con altri enti pubblici
Destinazione risorse	Gestione delle richieste di finanziamento

Tabella 5: Framework Istituzioni

## Soci

Dimensione di Outcome	Aspetto
Valorizzazione del territorio	Supporto capillare alle micro-realtà locali
	Capacità di raggiungere capillarmente il territorio
	Sostegno per le attività ordinarie delle piccole associazioni
Coinvolgimento e valorizzazione dei soci	Creazione di reti tra imprenditori e professionisti
	Occasioni di confronto e collaborazione tra soci
	Opportunità di visibilità e riconoscimento territoriale
Crescita personale e professionale	Sviluppo di una maggiore sensibilità sociale
	Esperienze di contatto diretto con realtà fragili
	Possibilità di avviare attività di volontariato personale e aziendale
Rafforzamento del legame azienda-territorio	Valorizzazione dell'impegno sociale delle aziende
	Riconoscimento del contributo delle aziende da parte della comunità locale

Tabella 6: Framework Soci

## Il secondo coinvolgimento degli stakeholder: i questionari di valutazione

Per rendere operativi i differenti framework teorici, ogni aspetto è stato convertito in indicatore che è stato inserito in una domanda specifica. Tutte le domande sono diventate poi parte di questionari adattati per ciascun gruppo di stakeholder.

Le domande della survey sono state formulate con l'obiettivo di attribuire un nesso causale tra i cambiamenti intervenuti nella vita degli stakeholder e il premio Costruiamo il Futuro. Pertanto, tutte le domande avevano come incipit formule quali "Grazie al premio



Costruiamo il Futuro com'è cambiato il seguente aspetto". Le risposte possibili erano le seguenti:

- Molto diminuito;
- Diminuito;
- Rimasto invariato;
- Aumentato;
- Molto aumentato.

I questionari sono stati discussi e validati all'interno del gruppo di lavoro, composto dai referenti Fondazione Costruiamo il Futuro e i professionisti ALTIS Advisory. Successivamente, sono stati somministrati ai vari stakeholder mediante piattaforma online.

Nell'ambito dell'analisi le risposte sono state convertite su una scala Likert da 1 (molto diminuito) a 5 (molto aumentato), al fine di trasformare i dati qualitativi in dati quantitativi e svolgere le analisi numeriche.

### Definizioni

Per semplificare la lettura dei risultati, di seguito vengono proposte alcune definizioni ricorrenti nell'ambito dello studio:

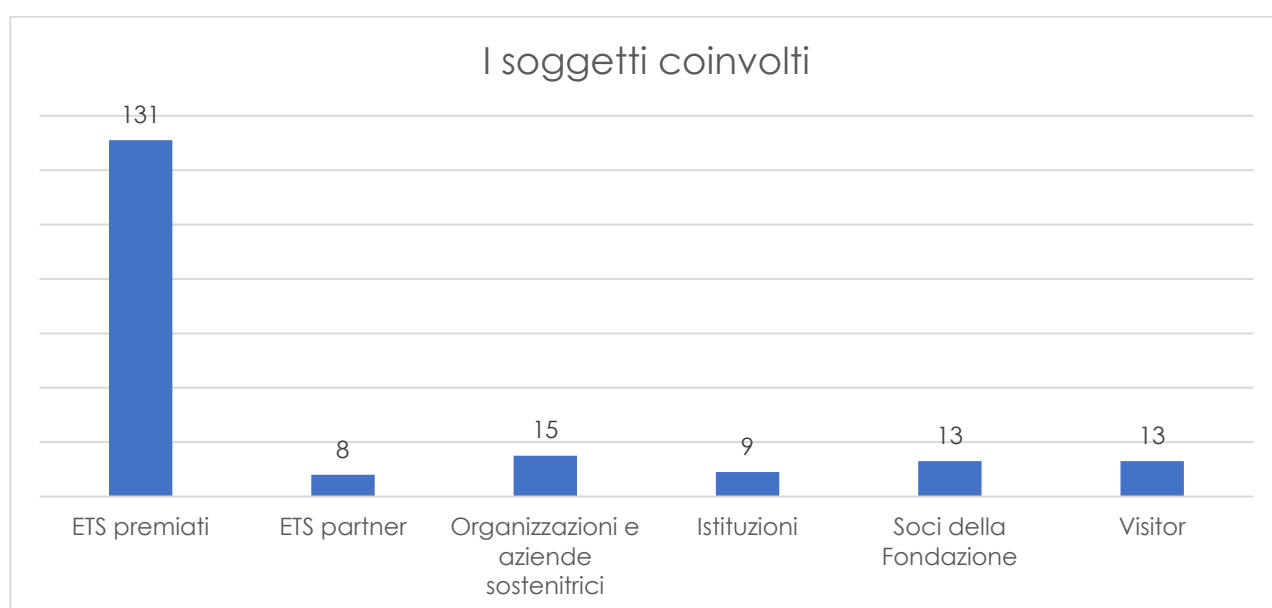
- **Livello d'indifferenza:** coincidente con il valore 3 della scala di valori 1-5. Questo livello corrisponde alla risposta "Rimasto invariato" del questionario.
- **Intorno del livello d'indifferenza:** coincidente con il range di valori tra 2,75 e 3,25 della scala di valori 1-5. In quanto intorno del livello di indifferenza questo range non indica né un cambiamento negativo, né uno positivo.
- **Livello di cambiamento/miglioramento netto:** coincidente con il valore 4 della scala di valori 1-5. Questo livello corrisponde alla risposta "Aumentato" del questionario.
- **Livello massimo di cambiamento:** coincidente con il valore 5 della scala di valori 1-5. Questo livello corrisponde alla risposta "Molto aumentato" del questionario.
- **Indice d'impatto/valore del cambiamento:** corrisponde alla media dei valori assegnati dai rispondenti all'indicatore, su una scala da 1 a 5.
- **Deviazione standard:** è un indice di dispersione statistico che stima la variabilità all'interno di una popolazione di dati o di una variabile casuale. Essa indica, in media, di quanto i valori di una distribuzione si discostano dalla media stessa. Un valore elevato di deviazione standard implica una minore solidità del dato. Al contrario, una deviazione standard bassa indica che i dati sono più vicini tra loro e alla media, suggerendo una maggiore solidità del dato.
- Il **T-test** è un test statistico che serve a valutare se una data caratteristica di un gruppo, in confronto con un altro gruppo non avente quella caratteristica, possa spiegare le variazioni positive e negative intercorse tra i risultati medi dei due gruppi.
- il **percentile** è un valore che indica la posizione relativa di un dato all'interno di un insieme di dati ordinati, specificando la percentuale di dati che sono inferiori a quel valore. Un valore al 75° percentile significa che il 75% degli altri dati è inferiore a quel valore.
- **Dimensioni d'impatto:** rappresentano gli ambiti in cui il premio Costruiamo il Futuro genera un cambiamento negli stakeholder. Sono state definite sulla base delle informazioni raccolte nei focus group.



- **Aspetti:** rappresentano i sottolivelli delle dimensioni d'impatto: un insieme di aspetti definisce una dimensione e viene integrato nelle domande dei questionari di valutazione rivolti agli stakeholder attraverso gli indicatori.

## I risultati della valutazione

I dati raccolti per ciascun gruppo di stakeholder sono stati analizzati utilizzando tecniche statistiche (medie, deviazione standard e T-test per analisi di significatività della differenza tra le medie) per descrivere i livelli di cambiamento generato dal premio Costruiamo il Futuro sulle singole dimensioni di impatto e su ciascun aspetto/indicatore. Sono stati coinvolti 192 soggetti, appartenenti a sei diversi gruppi di stakeholder, rappresentati nel grafico sottostante.



Il campione di rispondenti rappresenta la quasi totalità della popolazione di riferimento, eccezion fatta per gli ETS premiati, i cui compilatori rappresentano il xx% del totale, e le istituzioni, la cui partecipazione è stata limitata.

### Organizzazioni e aziende sostenitrici

Le organizzazioni e le aziende sostenitrici, attraverso le loro donazioni, contribuiscono al finanziamento del premio Costruiamo il Futuro. Le principali Dimensioni di impatto individuate comprendono: lo **Sviluppo territoriale e comunitario**, la **Valorizzazione del capitale umano aziendale**, la **Governance e trasparenza**, e il **Networking e collaborazione**.

Quindici organizzazioni con le caratteristiche riportate nei grafici hanno risposto al questionario.

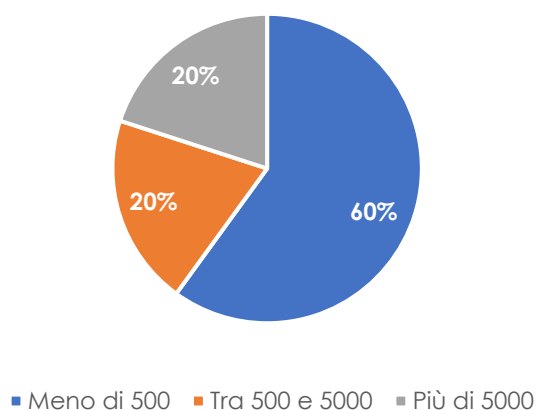


Figura 1: Numero di dipendenti delle organizzazioni

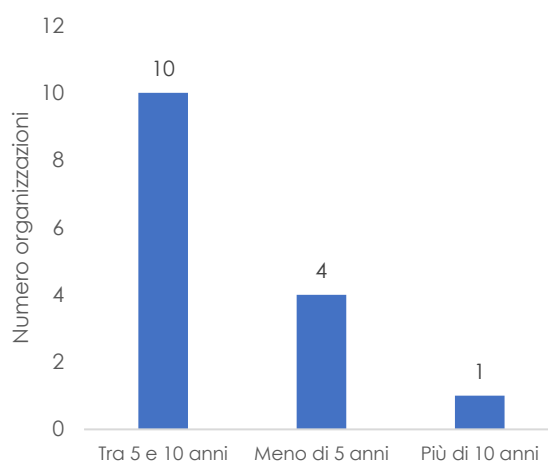


Figura 2: Anni di relazione con Fondazione Costruiamo il Futuro

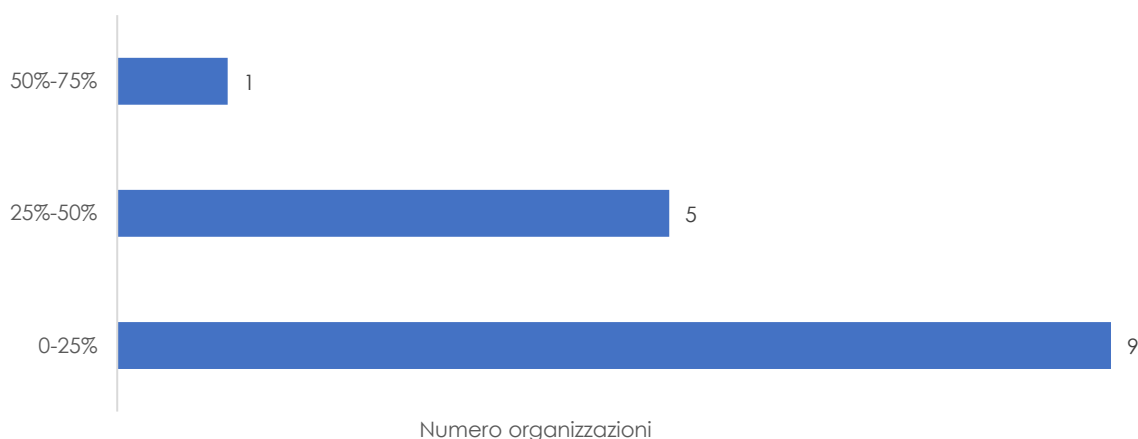


Figura 3: Percentuale delle proprie erogazioni liberali destinate al premio Costruiamo il Futuro

Dall'analisi emerge che le organizzazioni e aziende sostenitrici hanno percepito cambiamenti positivi in tutte le dimensioni considerate, con una media complessiva pari a 3,54 su 5, superiore alla soglia superiore dell'intorno del livello di indifferenza (3,25). La dimensione su cui è stato percepito il maggiore cambiamento è quella dello **sviluppo territoriale e comunitario** (3,71), all'interno della quale l'impatto più alto riguarda l'aspetto relativo alla diffusione capillare delle risorse destinate all'organizzazione (3,79). L'aspetto con valori di cambiamento più alti in assoluto è la creazione di relazioni tra aziende, enti e associazioni (3,80), mentre punteggi medi più contenuti si registrano nella sistematizzazione e coordinamento della gestione delle erogazioni (3,36) e nel senso di appartenenza dei dipendenti (3,36). Questi dati, tuttavia, sono da interpretare anche alla luce di una deviazione standard significativa (per il 56% degli aspetti considerati), che implica un certo disaccordo tra i rispondenti.



Dimensione di Impatto	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Sviluppo territoriale e comunitario	Coinvolgimento delle piccole realtà locali e delle comunità periferiche	STC.1	3,64	0,48
	Diffusione capillare delle risorse	STC.2	3,79	0,77
<b>Sviluppo territoriale e comunitario</b>		<b>STC</b>	<b>3,71</b>	
Valorizzazione del capitale umano aziendale	Engagement dei dipendenti	VCU.1	3,43	0,49
	Senso di appartenenza dei dipendenti*	VCU.2	3,36	0,48
<b>Valorizzazione del capitale umano aziendale</b>		<b>VCU</b>	<b>3,39</b>	
Governance e trasparenza	Affidabilità nei processi di selezione e finanziamento	GT.1	3,47	0,72
	Affidabilità nella gestione delle erogazioni	GT.2	3,60	0,49
	Sistematizzazione e coordinamento nella gestione delle erogazioni**	GT.3	3,36	0,61
<b>Governance e trasparenza</b>		<b>GT</b>	<b>3,47</b>	
Networking e collaborazione	Creazione di relazioni tra aziende, enti e associazioni	NC.1	3,80	0,65
	Opportunità di partnership future	NC.2	3,43	0,62
<b>Networking e collaborazione</b>		<b>NC</b>	<b>3,61</b>	
Indifferenza			3,25	
Media			3,54	0,59
75° Percentile			3,64	

Tabella 7: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – Organizzazioni e aziende sostenitrici

Un'analisi congiunta con i dati **anagrafici** permette di analizzare alcuni aspetti interessanti. Le aziende di grandi dimensioni (+5.000 dipendenti) mostrano i valori di cambiamento più elevati nella possibilità di diffondere capillarmente le risorse, soprattutto alla luce di un budget per le liberalità più significativo rispetto alle aziende più piccole, ma contestualmente valori di engagement e senso di appartenenza dei dipendenti indifferenti, appaiono coerenti se si considera che nelle grandi organizzazioni questi soggetti non sempre sono consapevoli di tutto ciò che vi accade all'interno.

Un altro aspetto significativo che emerge è che le aziende di medio-piccole dimensioni percepiscono maggiore cambiamento, rispetto a quelle grandi, sull'affidabilità dei processi di selezione e finanziamento. Questo dato si può leggere tenendo in considerazione le risorse più limitate di queste organizzazioni e, di conseguenza, la preferenza all'esternalizzazione di certi processi.

Analizzando la durata della collaborazione con la Fondazione emerge che le aziende che collaborano da meno tempo percepiscono un cambiamento mediamente maggiore rispetto a quelle che vi collaborano da più tempo. Questo dato può essere spiegato dalla "diluizione" delle percezioni, che possono risultare affievolite se sono costanti nel tempo, seppur positive.

Infine, le aziende che destinano la maggior parte delle proprie risorse in liberalità al premio (>50%) percepiscono un cambiamento significativo sulle dimensioni di sviluppo territoriale e comunitario e networking e collaborazione (4), mentre non percepiscono alcun cambiamento sulle altre dimensioni. Osservando i dati emerge che minore è la percentuale di risorse donata al premio, minore è il cambiamento percepito su queste due dimensioni.



Media	Gruppi	Peso%	Valori	Coinvolgimento delle piccole realtà locali e delle comunità	Diffusione capillare delle risorse	<b>Sviluppo territoriale e comunitario</b>	Engagement dei dipendenti	Senso di appartenenza dei dipendenti*	<b>Valorizzazione del capitale umano aziendale</b>	Affidabilità nei processi di selezione e finanziamento	Affidabilità nella gestione delle erogazioni	Sistematizzazione e coordinamento nella gestione	<b>Governance e trasparenza</b>	Creazione di relazioni tra aziende, enti e associazioni	Opportunità di partnership future	<b>Networking e collaborazione</b>
				STC. 1	STC. 2	STC	VCU. 1	VCU. 2	VCU	GT.1	GT.2	GT.3	GT	NC.1	NC.2	NC
				3,64	3,79	<b>3,71</b>	3,43	3,36	<b>3,39</b>	3,47	3,60	3,36	<b>3,47</b>	3,80	3,43	<b>3,61</b>
Numero dipendenti dell'organizzazione e	Meno di 500	60%	9	3,63	3,50	<b>3,56</b>	3,50	3,38	<b>3,44</b>	3,44	3,67	3,25	<b>3,45</b>	3,56	3,50	<b>3,53</b>
	Tra 500 e 5000	20%	3	3,67	4,00	<b>3,83</b>	3,67	3,67	<b>3,67</b>	4,00	3,67	3,33	<b>3,67</b>	4,33	3,67	<b>4,00</b>
	Più di 5000	20%	3	3,67	4,33	<b>4,00</b>	3,00	3,00	<b>3,00</b>	3,00	3,33	3,67	<b>3,33</b>	4,00	3,00	<b>3,50</b>
	Totale		15													
Anni di relazione con Fondazione Futuro Costruiamo il Futuro	Meno di 5	27%	4	3,75	3,75	<b>3,75</b>	3,25	3,25	<b>3,25</b>	3,75	3,50	3,25	<b>3,50</b>	4,25	3,75	<b>4,00</b>
	Tra 5 e 10	67%	10	3,67	3,78	<b>3,72</b>	3,44	3,44	<b>3,44</b>	3,40	3,70	3,44	<b>3,51</b>	3,70	3,33	<b>3,52</b>
	Più di 10	7%	1	3,00	4,00	<b>3,50</b>	4,00	3,00	<b>3,50</b>	3,00	3,00	3,00	<b>3,00</b>	3,00	3,00	<b>3,00</b>
	Totale		15													
Percentuale delle proprie erogazioni liberali destinate al premio	0-25%	60%	9	3,63	3,63	<b>3,63</b>	3,25	3,25	<b>3,25</b>	3,33	3,56	3,25	<b>3,38</b>	3,78	3,25	<b>3,51</b>
	25%-50%	33%	5	3,60	4,00	<b>3,80</b>	3,80	3,60	<b>3,70</b>	3,80	3,80	3,60	<b>3,73</b>	3,80	3,60	<b>3,70</b>
	50%-75%	7%	1	4,00	4,00	<b>4,00</b>	3,00	3,00	<b>3,00</b>	3,00	3,00	3,00	<b>3,00</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	75%-100%	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Totale		15													

Tabella 8: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto – Organizzazioni e aziende sostenitrici

## ETS Partner

Gli ETS Partner sono enti aggregatori che mantengono un'interazione quotidiana con gli ETS candidati al premio. Le principali dimensioni di impatto indagate riguardano il **networking territoriale** e le **relazioni con il territorio**.

Otto ETS partner hanno partecipato al questionario, le cui caratteristiche anagrafiche sono riportate nei grafici sottostanti.

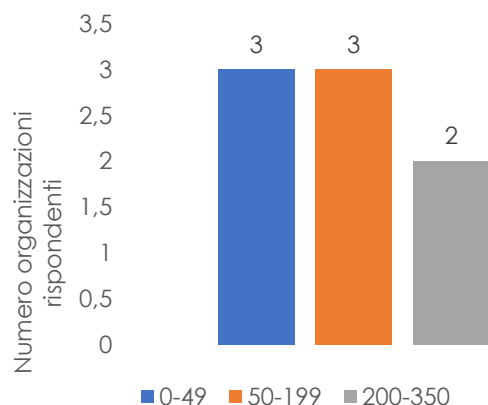


Figura 4: ETS che fanno riferimento all'organizzazione

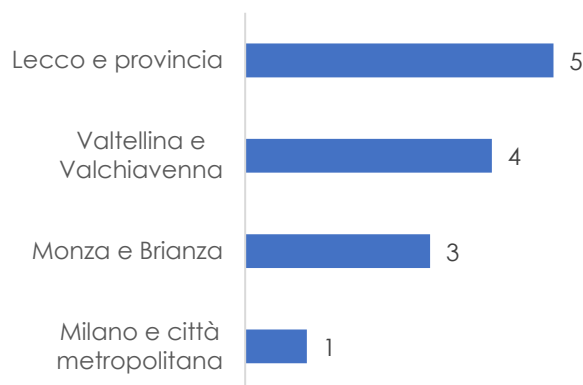


Figura 5: Area di riferimento dell'organizzazione  
È stata data la possibilità di scelta multipla in quanto un'organizzazione può avere più aree di riferimento; quindi, il totale è maggiore dei rispondenti.

L'analisi dei dati evidenzia che il premio Costruiamo il Futuro ha prodotto impatti rilevanti su tutte le dimensioni d'impatto identificate per gli ETS Partner, con una media complessiva di 4,10 su 5, superiore al livello di miglioramento netto (4).

Dimensione di Impatto	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Networking territoriale	Creazione di reti e collaborazioni tra enti	NET.1	3,63	0,70
	Democraticità di coinvolgimento*	NET.2	4,25	0,66
	Individuazione di nuove realtà meritevoli**	NET.3	4,63	0,48
	<b>Networking territoriale</b>	<b>NET</b>	<b>4,17</b>	
Relazioni con il territorio	Capillarizzazione delle relazioni con gli enti del territorio	RT.1	4,00	0,50
	Risposta ai bisogni territoriali	RT.2	4,00	0,00
	<b>Relazioni con il territorio</b>	<b>RT</b>	<b>4</b>	
	Indifferenza		3,25	
	Media		4,10	0,47
	75° Percentile		4,21	

Tabella 9: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – ETS partner

Dall'analisi **anagrafica** emerge un cambiamento leggermente più basso sugli aspetti relativi a reti e relazioni ("creazione di reti e collaborazioni tra enti"; "capillarizzazione delle relazioni con gli enti del territorio). Presumibilmente questo risultato dipende dal fatto che i rispondenti hanno già una rete molto ampia, pertanto, eventuali ampliamenti risultano meno significativi in termini percentuali e, quindi, di percezione del cambiamento. Analizzando l'area di riferimento dell'organizzazione, emerge che la percezione del cambiamento sull'aspetto "creazione di reti e collaborazioni tra enti" è più alta nelle province di Milano e Monza Brianza, dove gli enti sono più concentrati e geograficamente



prossimi, e minore nella provincia di Lecco, in Valtellina e Valchiavenna, dove queste condizioni non si verificano.

				Creazione di reti e collaborazioni tra enti	Democrazia di coinvolgimento*	Individuazione di nuove realtà meritevoli**	<b>Networking territoriale</b>	Capillarizzazione delle relazioni con gli enti del territorio	Risposta ai bisogni territoriali	<b>Relazioni con il territorio</b>
				NET.1	NET.2	NET.3	<b>NET</b>	RT.1	RT.2	<b>RT</b>
Media	Gruppi	Peso%	Valori	3,63	4,25	4,63	<b>4,17</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
ETS che fanno riferimento all'organizzazione	0-49	38%	3	3,33	4,00	4,67	<b>4,00</b>	4,33	4,00	<b>4,17</b>
	50-199	38%	3	4,00	4,33	4,33	<b>4,22</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	200-350	25%	2	3,50	4,50	5,00	<b>4,33</b>	3,50	4,00	<b>3,75</b>
	Totale		8							
Area di riferimento dell'organizzazione	Valle Camonica e Val Caffaro	0%	0	-	-	-	-	-	-	-
	Bergamo e provincia	0%	0	-	-	-	-	-	-	-
	Milano e città metropolitana	13%	1	5,00	5,00	4,00	<b>4,67</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	Valtellina e Valchiavenna	50%	4	3,25	4,00	4,75	<b>4,00</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	Lecco e provincia	63%	5	3,40	4,20	4,60	<b>4,07</b>	3,80	4,00	<b>3,90</b>
	Monza e Brianza	38%	3	3,67	4,33	5,00	<b>4,33</b>	3,67	4,00	<b>3,83</b>
	Totale		8							

Tabella 10: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto – ETS partner

## ETS Premiati

Gli ETS Premiati sono le realtà che si sono aggiudicate il premio nell'ultima edizione. Le principali dimensioni di impatto emerse riguardano la **crescita organizzativa e la sostenibilità, il riconoscimento e la valorizzazione del valore sociale generato, il networking**, e infine **l'instaurazione di relazioni umane** generate dal percorso. Hanno risposto al questionario 131 ETS.

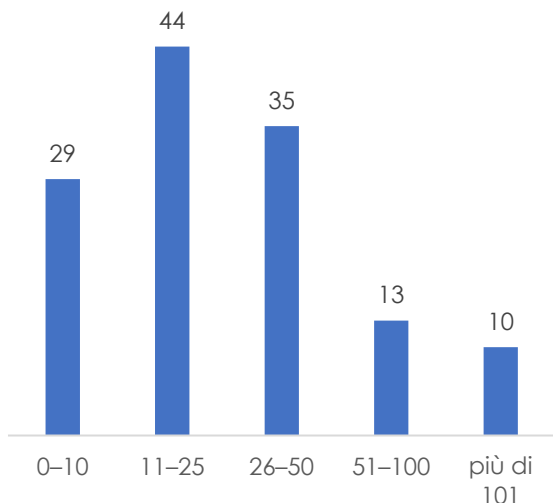


Figura 6: ETS suddivisi per numero di persone che vi collaborano stabilmente

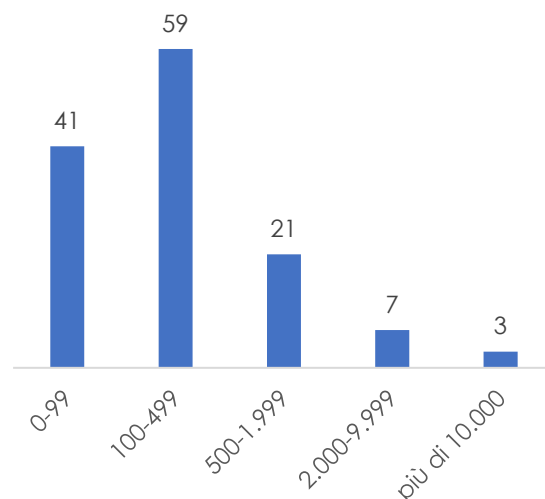


Figura 7: ETS suddivisi per numero di persone che usufruiscono dei propri servizi

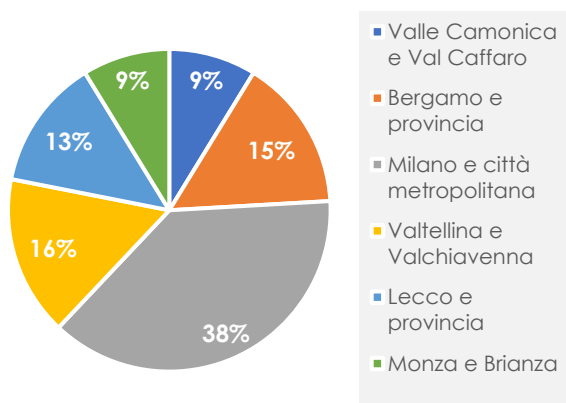


Figura 8: Aree di riferimento degli ETS

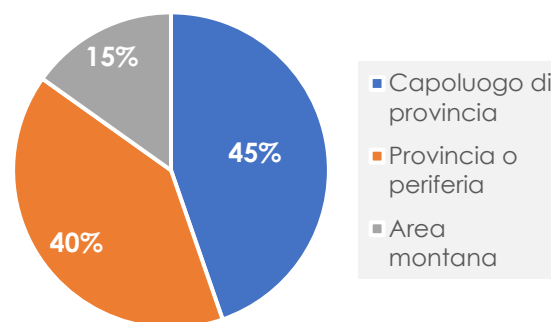


Figura 9: Sede degli ETS

L'analisi dei dati restituisce un'immagine nitida: il premio ha generato un impatto positivo e diffuso sugli ETS coinvolti, con una media complessiva di 3,72 su 5. Il premio ha permesso agli ETS premiati di poter continuare a supportare le proprie attività (3,78), un tratto distintivo del premio, che valorizza così non solo progetti aventi caratteristiche particolari, ma anche attività ordinarie. Oltre a ciò, gli ETS hanno anche rafforzato le proprie capacità progettuali (3,62) e sviluppato nuove attività (3,77), permettendo una risposta sempre più puntuale ai bisogni degli utenti (3,77).

Oltre agli aspetti pratici delle attività degli enti è emerso in modo particolarmente marcato che questi soggetti hanno percepito che il **valore sociale che hanno generato è stato riconosciuto (3,94)**, suscitando **gratificazione nelle persone coinvolte (4,02)**: il premio ha saputo agire come leva di motivazione e valorizzazione, rafforzando l'identità delle organizzazioni sia all'interno che nel rapporto con il territorio. Gli aspetti relativi al networking cambiati in maniera meno intensa, con una media di 3,51. Questo dato può essere spiegato dalla natura episodica del momento di incontro: per molti, le occasioni di networking si concentrano principalmente nel contesto della premiazione, e non sempre si genera uno sviluppo strutturato di reti collaborative nel tempo.



Dimensione di Impatto	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Crescita organizzativa e sostenibilità	Rafforzamento delle capacità progettuali	COS.1	3,62	0,59
	Stimolo allo sviluppo di nuove attività	COS.2	3,77	0,59
	Risposta ai bisogni degli utenti	COS.3	3,77	0,62
	Supporto alla continuità delle attività esistenti	COS.4	3,78	0,54
	<b>Crescita organizzativa e sostenibilità</b>	<b>COS</b>	<b>3,73</b>	
Valorizzazione e riconoscimento	Riconoscimento del valore sociale generato	VR.1	3,94	0,61
	Gratificazione delle persone	VR.2	4,02	0,53
	Visibilità	VR.3	3,76	0,55
	<b>Valorizzazione e riconoscimento</b>	<b>VR</b>	<b>3,91</b>	
Networking	Conoscenza di altri ETS	NT.1	3,57	0,53
	Collaborazioni con altri ETS	NT.2	3,47	0,54
	Contaminazione con altri ETS	NT.3	3,49	0,54
	<b>Networking</b>	<b>NT</b>	<b>3,51</b>	
Relazione umana e ascolto	Instaurazione di rapporti empatici con il personale della Fondazione	RU.1	3,73	0,66
	<b>Relazione umana e ascolto</b>	<b>RU.1</b>	<b>3,73</b>	
Indifferenza			3,25	
Media			3,72	0,57
75° Percentile			3,78	

Tabella 11: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – ETS premiati

## T-test

Per questa tipologia di stakeholder, per approfondire le percezioni di cambiamento, è stata condotta un'analisi statistica di sensitività con l'obiettivo di verificare se specifici sottogruppi di ETS premiati, accomunati da alcune caratteristiche anagrafiche, riportassero variazioni significative rispetto agli altri proprio in funzione di tali caratteristiche. L'analisi è stata effettuata utilizzando il test statistico T-test per il confronto tra gruppi.

I diversi ambiti di indagine, ciascuno identificato da un codice univoco, sono stati analizzati rispetto alle seguenti variabili dei rispondenti:

- Numero di persone che collaborano stabilmente con l'organizzazione (più di 25, meno di 25);
- Numero di persone che usufruiscono dei servizi dell'organizzazione (più di 499, meno di 499);
- Area di riferimento dell'organizzazione (Milano e Monza-Brianza, Altre province);
- Sede dell'organizzazione (Capoluogo di provincia; Provincia, periferia o area montana).



Numero di persone che collaborano con l'organizzazione											
Codice	NT.1	COS.4	VR.1	VR.2	VR.3	COS.3	COS.2	NT.3	RU.1	COS.1	NT.2
Meno di 25	3,50	3,85	3,99	4,08	3,79	3,84	3,82	3,42	3,65	3,58	3,39
Più di 25	3,66	3,70	3,88	3,95	3,72	3,68	3,69	3,58	3,84	3,60	3,57
Delta	-4%	4%	3%	3%	2%	4%	4%	-4%	-5%	-1%	-5%
Significatività	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI

Tabella 12: T-test numero di persone che collaborano con l'organizzazione

L'analisi relativa al numero di persone che collaborano con l'organizzazione evidenzia differenze statisticamente significative in tre ambiti: la conoscenza di altri ETS (NT.1), le collaborazioni attivate (NT.2) e la relazione con il personale della Fondazione (RU.1). In tutti i casi, le organizzazioni con più di 25 collaboratori riportano valori medi leggermente più alti. Sebbene si tratti di variazioni contenute, questi risultati suggeriscono che, in alcuni aspetti relazionali, una maggiore struttura organizzativa possa facilitare l'attivazione di legami esterni e interazioni più articolate.

Numero di persone che usufruiscono dei servizi											
Codice	NT.1	COS.4	VR.1	VR.2	VR.3	COS.3	COS.2	NT.3	RU.1	COS.1	NT.2
Meno di 499	3,61	3,85	3,96	4,04	3,77	3,77	3,79	3,51	3,78	3,60	3,50
Più di 499	3,45	3,58	3,87	3,97	3,74	3,77	3,68	3,43	3,60	3,55	3,35
Delta	4%	7%	2%	2%	1%	0%	3%	2%	5%	1%	4%
Significatività	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

Tabella 13: T-test numero di persone che usufruiscono dei servizi

Dallo studio della variabile "Numero di persone che usufruiscono dei servizi", emerge una differenza statisticamente significativa soltanto rispetto al supporto alla continuità delle attività (COS.4), con valori medi più alti tra le organizzazioni che servono meno di 499 beneficiari. Questo dato, seppur contenuto in termini assoluti, può indicare una percezione più diretta dell'impatto del premio sulla sostenibilità operativa in contesti di scala ridotta.

Area di riferimento dell'organizzazione											
Codice	NT.1	COS.4	VR.1	VR.2	VR.3	COS.3	COS.2	NT.3	RU.1	COS.1	NT.2
Milano e Monza-Brianza	3,61	3,84	3,92	4,01	3,79	3,82	3,82	3,54	3,77	3,61	3,54
Altre province	3,53	3,72	3,97	4,03	3,73	3,72	3,70	3,44	3,69	3,57	3,38
Delta	2%	3%	-1%	0%	1%	3%	3%	3%	2%	1%	5%
Significatività	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI

Tabella 14: T-test area di riferimento dell'organizzazione

Considerando l'area di riferimento dell'organizzazione, emerge una differenza statisticamente significativa esclusivamente per l'indicatore relativo alle collaborazioni con altri ETS (NT.2), con un valore medio più elevato nelle organizzazioni attive nell'area di Milano e Monza-Brianza. Questo risultato, pur circoscritto, potrebbe riflettere una maggiore densità relazionale o la presenza di contesti più favorevoli all'attivazione di reti.



Sede dell'organizzazione

Codice	NT.1	COS.4	VR.1	VR.2	VR.3	COS.3	COS.2	NT.3	RU.1	COS.1	NT.2
Capoluogo di provincia	3,57	3,70	3,88	3,95	3,72	3,73	3,68	3,49	3,63	3,57	3,46
Provincia, periferia o area montana	3,57	3,85	3,99	4,08	3,79	3,81	3,84	3,49	3,82	3,60	3,48
Delta	0%	-4%	-3%	-3%	-2%	-2%	-4%	0%	-5%	-1%	-1%
Significatività	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

Tabella 15: T-test sede dell'organizzazione

Infine, dall'analisi del contesto in cui ha sede l'organizzazione (capoluogo, provincia e area montana) non emergono differenze statisticamente significative tra gli aspetti. Questo significa che, sebbene alcuni territori mostrino andamenti più positivi su singoli aspetti, tali scarti non risultano dipendenti dalla variabile anagrafica.

	Media	Gruppi	Peso %	valori	Rafforzamento delle capacità progettuali	Stimolo allo sviluppo di nuove attività	Risposta ai bisogni degli utenti	Supporto alla continuità delle attività esistenti*	Crescita organizzativa e sostenibilità	Riconoscimento del valore sociale generato	Gratificazione delle persone	Visibilità**	Valorizzazione riconoscimento	Conoscenza di altri ETS	Collaborazioni con altri ETS	Contaminazione con altri ETS***	Networking	Instaurazione di rapporti empatici con il personale della	Relazione umana e ascolto
					COS.1	COS.2	COS.3	COS.4	COS	VR.1	VR.2	VR.3	VR	NT.1	NT.2	NT.3	NT	RU.1	RU.1
					3,62	3,77	3,77	3,78	<b>3,73</b>	3,94	4,02	3,76	<b>3,91</b>	3,57	3,47	3,49	<b>3,51</b>	3,73	<b>3,73</b>
Numero di persone che collaborano stabilmente con la tua organizzazione	0-10	22%	29	3,53	3,73	3,70	3,76	<b>3,68</b>	3,90	3,93	3,63	<b>3,82</b>	3,47	3,30	3,37	<b>3,38</b>	3,71	<b>3,71</b>	
	11-25	34%	44	3,69	3,89	3,93	3,91	<b>3,85</b>	4,05	4,18	3,90	<b>4,04</b>	3,52	3,45	3,47	<b>3,48</b>	3,60	<b>3,60</b>	
	26-50	27%	35	3,57	3,66	3,66	3,63	<b>3,63</b>	3,94	3,94	3,71	<b>3,87</b>	3,71	3,60	3,57	<b>3,63</b>	3,79	<b>3,79</b>	
	51-100	10%	13	3,54	3,69	3,77	3,77	<b>3,69</b>	3,85	4,00	3,69	<b>3,85</b>	3,54	3,38	3,54	<b>3,49</b>	3,92	<b>3,92</b>	
	più di 101	8%	10	3,80	3,80	3,67	3,88	<b>3,79</b>	3,67	3,89	3,80	<b>3,79</b>	3,60	3,70	3,67	<b>3,66</b>	3,90	<b>3,90</b>	
	Totale		131																
Numero di persone che usufruiscono dei servizi della tua organizzazione	0-99	31%	41	3,73	3,86	3,83	3,85	<b>3,82</b>	4,02	4,05	3,85	<b>3,98</b>	3,59	3,43	3,48	<b>3,50</b>	3,68	<b>3,68</b>	
	100-499	45%	59	3,60	3,75	3,71	3,76	<b>3,70</b>	3,95	4,02	3,76	<b>3,91</b>	3,54	3,51	3,54	<b>3,53</b>	3,70	<b>3,70</b>	
	500-1.999	16%	21	3,38	3,57	3,76	3,62	<b>3,58</b>	3,76	3,90	3,57	<b>3,75</b>	3,55	3,33	3,35	<b>3,41</b>	3,76	<b>3,76</b>	
	2.000-9.999	5%	7	3,57	3,71	3,83	4,00	<b>3,78</b>	3,83	4,17	3,71	<b>3,90</b>	3,57	3,57	3,33	<b>3,49</b>	4,00	<b>4,00</b>	
	più di 10.000	2%	3	4,00	4,33	4,00	4,00	<b>4,08</b>	4,00	4,33	4,00	<b>4,11</b>	4,00	4,00	4,00	<b>4,00</b>	4,33	<b>4,33</b>	
	Totale		131																
Area di riferimento dell'organizzazione	Valle Camonica e Val Caffaro	9%	12	3,50	3,67	3,75	3,75	<b>3,67</b>	4,08	4,08	3,58	<b>3,92</b>	3,75	3,33	3,50	<b>3,53</b>	4,00	<b>4,00</b>	
	Bergamo e provincia	16%	21	3,52	3,67	3,62	3,48	<b>3,57</b>	3,95	3,90	3,76	<b>3,87</b>	3,48	3,62	3,48	<b>3,52</b>	3,57	<b>3,57</b>	
	Milano e città metropolitana	40%	52	3,68	3,79	3,82	3,85	<b>3,79</b>	3,90	4,00	3,78	<b>3,90</b>	3,65	3,48	3,59	<b>3,57</b>	3,78	<b>3,78</b>	
	Valtellina e Valchiavenna	17%	22	3,59	3,77	3,77	3,86	<b>3,75</b>	3,95	4,05	3,77	<b>3,92</b>	3,67	3,32	3,33	<b>3,44</b>	3,67	<b>3,67</b>	
	Lecco e	14%	18	3,61	3,72	3,56	3,69	<b>3,64</b>	3,94	4,11	3,94	<b>4,00</b>	3,50	3,44	3,61	<b>3,52</b>	3,50	<b>3,50</b>	



	provincia																	
	Monza e Brianza	9%	12	3,68	3,86	3,71	3,85	<b>3,77</b>	3,96	4,04	3,77	<b>3,92</b>	3,59	3,71	3,57	<b>3,63</b>	3,69	<b>3,69</b>
	Totale		131															
Sede della tua organizzazione	Capoluogo di provincia	45%	59	3,57	3,68	3,73	3,70	<b>3,67</b>	3,88	3,95	3,72	<b>3,85</b>	3,57	3,46	3,49	<b>3,51</b>	3,63	<b>3,63</b>
	Provincia o periferica	40%	53	3,67	3,83	3,81	3,87	<b>3,79</b>	3,90	4,06	3,79	<b>3,92</b>	3,54	3,55	3,49	<b>3,53</b>	3,80	<b>3,80</b>
	Area montana	15%	20	3,60	3,85	3,80	3,80	<b>3,76</b>	4,20	4,15	3,80	<b>4,05</b>	3,65	3,30	3,50	<b>3,48</b>	3,85	<b>3,85</b>
	Totale		131															

Tabella 16: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto – ETS premiati

## Visitor

I *visitor* sono solitamente giovani universitari che si recano, come dice il nome, a visitare gli enti che si sono candidati per il premio, al fine di valutarne l'eleggibilità.

Le principali dimensioni di impatto su questi soggetti sono lo **sviluppo di competenze**, delle **relazioni interpersonali**, delle **relazioni professionali** e della **connessione con il territorio**.

13 visitor hanno partecipato al questionario, le cui caratteristiche anagrafiche sono riportate nei grafici sottostanti.

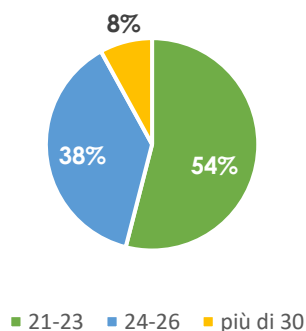


Figura 10 - Età dei rispondenti

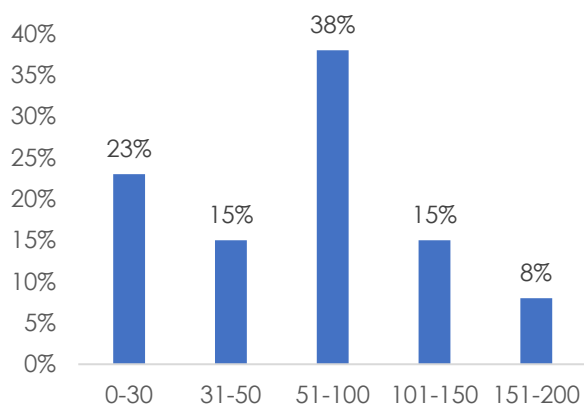


Figura 12 – Organizzazioni visitate nell'ambito del premio

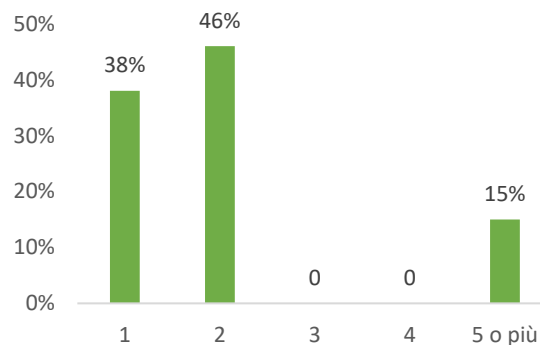


Figura 11 – Edizioni del premio partecipate

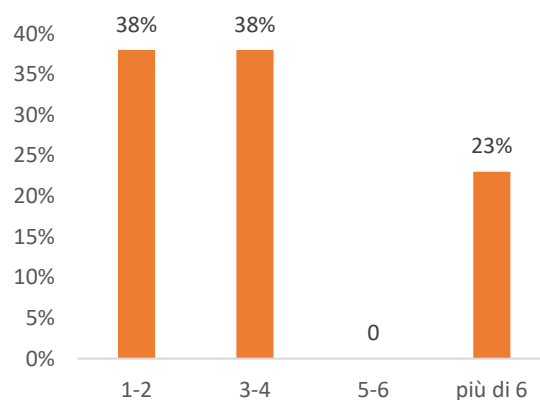


Figura 13 – Mesi di collaborazione con la Fondazione



Dall'analisi dei dati emerge che l'esperienza vissuta dai *visitor* ha avuto un impatto positivo percepito su tutte le dimensioni considerate, con una media complessiva di **3,98 su 5**, un valore prossimo al perfetto livello di cambiamento (4). Gli aspetti che hanno registrato il maggiore impatto riguardano la connessione con il territorio, in particolare la scoperta delle realtà del terzo settore (4,62) e la maggiore consapevolezza dei bisogni locali (4,38), oltre all'arricchimento personale attraverso le relazioni interpersonali (4,23).

Dimensione di Impatto	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Sviluppo di competenze	Sviluppo di empatia	SC.1	3,77	0,58
	Sviluppo di competenze relazionali	SC.2	3,69	0,72
<b>Sviluppo di competenze</b>		<b>SC</b>	<b>3,73</b>	
Relazioni interpersonali	Creazione di relazioni interpersonali	RI.1	3,85	0,77
	Arricchimento personale	RI.2	4,23	0,58
<b>Relazioni interpersonali</b>		<b>RI</b>	<b>4,04</b>	
Relazioni professionali	Attivazione di collaborazioni con le associazioni visitate	RP.1	3,31	0,72
<b>Relazioni professionali</b>		<b>RP</b>	<b>3,31</b>	
Connessione con il territorio	Conoscenza delle realtà del terzo settore nel proprio territorio	CT.1	4,62	0,49
	Consapevolezza rispetto ai bisogni che le realtà del terzo settore nel proprio territorio possono soddisfare	CT.2	4,38	0,49
<b>Connessione con il territorio</b>		<b>CT</b>	<b>4,50</b>	
Indifferenza			3,25	
Media			3,98	0,62
75° Percentile			4,31	

Tabella 17: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – Visitor

I *visitor* nella fascia d'età 24-26 anni hanno sperimentato i cambiamenti più positivi, mentre i *visitor* con più di 30 anni di età i cambiamenti minori, soprattutto per quanto riguarda le dimensioni relazionali e di sviluppo delle competenze, probabilmente a causa della diversa esperienza professionale e personale che caratterizza i due gruppi. Inoltre, l'impatto cresce in modo evidente con la partecipazione a più edizioni: chi ha preso parte ad almeno cinque cicli del premio riporta i valori medi più alti in quasi tutte le aree considerate, arrivando fino al punteggio massimo (5) per la connessione al territorio e lo sviluppo delle relazioni interpersonali. Al contrario, chi ha partecipato solo una volta mostra risultati più contenuti, con valori come 3,20 nelle competenze relazionali e 2,80 nelle relazioni professionali, in quanto i rispondenti non hanno visto l'attivazione di collaborazioni con le associazioni visitate.

Un altro fattore rilevante è la durata della collaborazione: i partecipanti coinvolti per più di sei mesi percepiscono un cambiamento maggiore, in particolare nella crescita delle competenze relazionali e nella qualità delle relazioni interpersonali (4,67). Chi ha partecipato per un periodo più breve (1-2 mesi) riporta invece risultati inferiori, con una media di 3,40 per le competenze relazionali e 3,00 per le relazioni professionali.

Da ultimo, anche il numero di organizzazioni visitate sembra influenzare i risultati: chi ha avuto modo di conoscere più di 100 realtà diverse mostra un chiaro sviluppo delle relazioni professionali, con un valore medio di 4.



				Sviluppo di empatia	Sviluppo di competenze relazionali	<b>Sviluppo di competenze</b>	Creazione di relazioni interpersonali	Arricchimento personale	<b>Relazioni interpersonali</b>	Attivazione di collaborazioni con le associazioni visitate	<b>Relazioni professionali</b>	Conoscenza delle realtà del terzo settore nel proprio	Consapevolezza rispetto ai bisogni che le realtà del terzo	<b>Connessione con il territorio</b>
				SC.1	SC.2	<b>SC</b>	RI.1	RI.2	<b>RI</b>	RP.1	<b>RP</b>	CT.1	CT.2	<b>CT</b>
Media	Gruppi	Peso	Valori	3,77	3,69	<b>3,73</b>	3,85	4,23	<b>4,04</b>	3,31	<b>3,31</b>	4,62	4,38	<b>4,50</b>
Quanti anni hai?	18-20	0%	0											
	<b>21-23</b>	54%	7	3,57	3,43	<b>3,50</b>	3,43	3,86	<b>3,64</b>	3,14	<b>3,14</b>	4,57	4,29	<b>4,43</b>
	<b>24-26</b>	38%	5	4,20	4,20	<b>4,20</b>	4,60	4,80	<b>4,70</b>	3,60	<b>3,60</b>	4,80	4,60	<b>4,70</b>
	27-30	0%	0											
	<b>più di 30</b>	8%	1	3,00	3,00	<b>3,00</b>	3,00	4,00	<b>3,50</b>	3,00	<b>3,00</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	Totale		13											
Numero di edizioni del premio a cui hai partecipato come visitor	1	38%	5	3,60	3,20	<b>3,40</b>	3,60	4,00	<b>3,80</b>	2,80	<b>2,80</b>	4,80	4,20	<b>4,50</b>
	2	46%	6	3,83	3,67	<b>3,75</b>	3,67	4,17	<b>3,92</b>	3,67	<b>3,67</b>	4,33	4,33	<b>4,33</b>
	3	0%	0											
	4	0%	0											
	5 o più	15%	2	4,00	5,00	<b>4,50</b>	5,00	5,00	<b>5,00</b>	3,50	<b>3,50</b>	5,00	5,00	<b>5,00</b>
	Totale		13											
Numero di organizzazioni visitate nell'ambito del premio	<b>0-30</b>	23%	3	3,33	3,00	<b>3,17</b>	3,00	3,67	<b>3,33</b>	2,33	<b>2,33</b>	4,67	4,00	<b>4,33</b>
	<b>31-50</b>	15%	2	4,00	4,00	<b>4,00</b>	4,50	4,50	<b>4,50</b>	3,50	<b>3,50</b>	5,00	4,50	<b>4,75</b>
	<b>51-100</b>	38%	5	3,80	3,80	<b>3,80</b>	4,00	4,20	<b>4,10</b>	3,60	<b>3,60</b>	4,60	4,60	<b>4,60</b>
	<b>101-150</b>	15%	2	4,00	3,50	<b>3,75</b>	3,50	4,50	<b>4,00</b>	4,00	<b>4,00</b>	4,00	4,00	<b>4,00</b>
	<b>151-200</b>	8%	1	4,00	5,00	<b>4,50</b>	5,00	5,00	<b>5,00</b>	3,00	<b>3,00</b>	5,00	5,00	<b>5,00</b>
	Totale		13											
Numero di mesi complessivi di collaborazione con Fondazione Costruiamo il futuro	1-2	38%	5	3,40	3,40	<b>3,40</b>	3,60	4,00	<b>3,80</b>	3,00	<b>3,00</b>	4,60	4,20	<b>4,40</b>
	3-4	38%	5	4,00	3,40	<b>3,70</b>	3,60	4,20	<b>3,90</b>	3,60	<b>3,60</b>	4,40	4,20	<b>4,30</b>
	5-6	0%	0											
	più di 6	23%	3	4,00	4,67	<b>4,33</b>	4,67	4,67	<b>4,67</b>	3,33	<b>3,33</b>	5,00	5,00	<b>5,00</b>
	Totale		13											

Tabella 18: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto – Visitor

## Istituzioni

Le istituzioni che collaborano con il premio sono state intervistate e la totalità delle rispondenti (9) rappresenta i comuni, che spaziano tra le aree geografiche di Lecco (5), Bergamo (2), Valtellina e Valchiavenna (1) e Monza e Brianza (1). È doveroso segnalare che le dimensioni analizzate per le istituzioni non riguardano solamente l'edizione 2024, ma tutta la relazione pluriennale con Fondazione Costruiamo il Futuro e il premio.

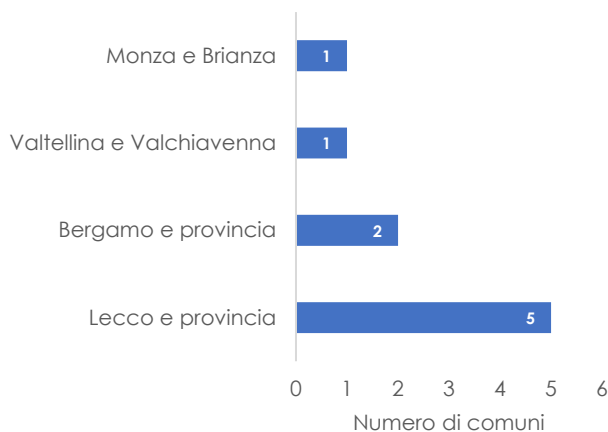


Figura 14 – Area di riferimento dell'istituzione

L'analisi dei dati suggerisce che l'esperienza vissuta dalle istituzioni ha avuto un impatto generalmente positivo percepito su tutte le dimensioni considerate, con una media complessiva di **3,29 su 5**, un valore maggiore della soglia superiore dell'intorno del livello di indifferenza (3,25), ma che lascia molto spazio a margini di miglioramento.

Le dimensioni di impatto considerate sono state la **valorizzazione del territorio**, le **relazioni con il territorio**, la **coesione istituzionale** e la **destinazione delle risorse**. Tra queste, le dimensioni cambiate maggiormente sono quelle relative alla valorizzazione del territorio e alla destinazione delle risorse (3,33), stando a significare che il premio ha contribuito ad un aumento del riconoscimento pubblico degli enti nel territorio di riferimento e della gestione delle richieste di finanziamento. I comuni, inoltre, riconoscono che il premio ha contribuito a rispondere ai bisogni del territorio e, pertanto, questo aspetto risulta quello cambiato in maniera più positiva.

Dimensione di Impatto	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Valorizzazione del territorio	Riconoscimento pubblico degli enti nel territorio	VT.1	3,33	0,47
<b>Valorizzazione del territorio</b>		<b>VT</b>	<b>3,33</b>	
Relazioni con il territorio	Mantenimento di un rapporto costante con gli enti del territorio	RT.1	3,33	0,47
	La qualità della mappatura degli enti territoriali esistenti	RT.2	3,00	0,00
	Risposta ai bisogni degli enti territorio	RT.3	3,44	0,50
<b>Relazioni con il territorio</b>		<b>RT</b>	<b>3,26</b>	
Coesione istituzionale	Rafforzamento delle relazioni tra enti pubblici	CI.1	3,33	0,47
	Creazione di progetti in partenariato con altri enti pubblici	CI.2	3,22	0,42
<b>Coesione istituzionale</b>		<b>CI</b>	<b>3,28</b>	
Destinazione risorse	Gestione delle richieste di finanziamento*	DR.1	3,33	0,47
<b>Destinazione risorse</b>		<b>DR</b>	<b>3,33</b>	
Indifferenza			3,25	
Media			3,29	0,40
75° Percentile			3,33	

Tabella 19: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – Istituzioni



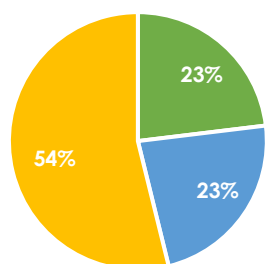
Sebbene l'analisi si basi su un campione ridotto (9 rispondenti) e non si possa affermare con certezza che esista una correlazione statistica tra i risultati ottenuti e le variabili anagrafiche prese in considerazione, si possono osservare cambiamenti maggiori nella dimensione inerente alla destinazione delle risorse nell'area geografica della Valtellina e Valchiavenna, mentre questa stessa intensità di cambiamento è riscontrabile nella dimensione della valorizzazione del territorio nell'area geografica di Monza e Brianza.

				Riconoscimento pubblico degli enti nel territorio	Valorizzazione del territorio	Mantenimento di un rapporto costante con gli enti del territorio	La qualità della mappatura degli enti territoriali esistenti	Risposta ai bisogni degli enti territorio	Relazioni con il territorio	Rafforzamento delle relazioni tra enti pubblici	Creazione di progetti in partenariato con altri enti	Coesione istituzionale	Gestione delle richieste di finanziamento*	Destinazione risorse
				VT.1	VT	RT.1	RT.2	RT.3	RT	CI.1	CI.2	CI	DR.1	DR
Media	Gruppi	Peso%	Valori	3,33	<b>3,33</b>	3,33	0,00	3,44	<b>2,26</b>	3,33	3,22	<b>3,28</b>	3,33	<b>3,33</b>
Tipologia di ente pubblico per cui si risponde	Comune	100%	9	3,33	<b>3,33</b>	3,33	3,00	3,44	<b>3,26</b>	3,33	3,22	<b>3,28</b>	3,33	<b>3,33</b>
	Provincia	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Regione	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Comitato	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Totale		9											
Area di riferimento dell'organizzazione	Valle Camonica e Val Caffaro	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Bergamo e provincia	22%	2	3,50	<b>3,50</b>	3,50	3,00	4,00	<b>3,50</b>	4,00	3,50	<b>3,75</b>	3,50	<b>3,50</b>
	Milano e città metropolitana	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Valtellina e Valchiavenna	11%	1	3,00	<b>3,00</b>	3,00	3,00	4,00	<b>3,33</b>	3,00	3,00	<b>3,00</b>	4,00	<b>4,00</b>
	Lecco e provincia	56%	5	3,20	<b>3,20</b>	3,20	3,00	3,20	<b>3,13</b>	3,20	3,20	<b>3,20</b>	3,20	<b>3,20</b>
	Monza e Brianza	11%	1	4,00	<b>4,00</b>	4,00	3,00	3,00	<b>3,33</b>	3,00	3,00	<b>3,00</b>	3,00	<b>3,00</b>
	Totale		9											

Tabella 20: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto- Istituzioni

## Soci

I soci della Fondazione, oltre a finanziare il premio, fanno parte del comitato di valutazione. Le principali dimensioni di impatto su questi soggetti sono la **valorizzazione del territorio**, il **coinvolgimento e la valorizzazione dei soci**, la **crescita personale e professionale** e il **rafforzamento del legame tra azienda e territorio**. Al questionario hanno risposto 13 persone. È doveroso segnalare che le dimensioni analizzate per i soci non riguardano solamente l'edizione 2024, ma tutta la relazione pluriennale con Fondazione Costruiamo il Futuro e il premio.



■ Meno di 5 ■ Tra 5 e 10 ■ Più di 10

Figura 15 - Anni di appartenenza come socio/a di Fondazione Costruiamo il Futuro

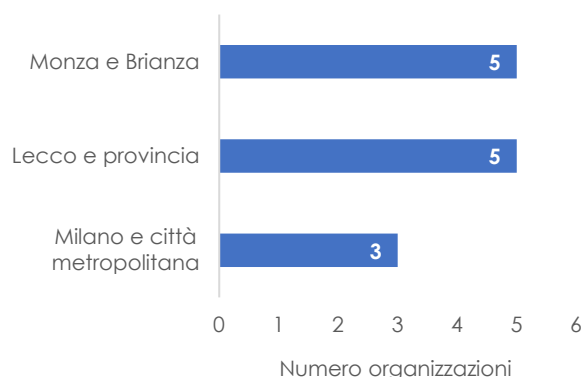


Figura 16 – Area di riferimento dell'organizzazione

L'analisi dei dati evidenzia che l'esperienza vissuta dai soci ha avuto un impatto generalmente positivo percepito su tutte le dimensioni considerate, con una media complessiva di **3,50 su 5**, un valore maggiore alla soglia superiore dell'intorno del livello di indifferenza (3,25), ma che lascia spazio a margini di miglioramento.

La dimensione che ha realizzato un impatto più significativo è quella inerente alla crescita personale e professionale dei soci (3,54), dove spicca, con il medesimo valore, l'aspetto delle esperienze di contatto diretto con realtà fragili. Altrettanto significativi sono gli aspetti delle occasioni di confronto e collaborazione tra soci e della possibilità di avviare attività di volontariato, sia personale e aziendale (3,62). Inoltre, si può osservare che l'aspetto "Creazione di reti tra imprenditori e professionisti" è cambiato con un valore medio di 3,46, e con una deviazione standard di 1,08. Questo valore particolarmente alto implica alcune risposte molto positive e alcune più negative, con preponderanza di risposte positive, al questionario.

Dimensione di Outcome	Aspetto	Codice	Cambiamento	Dev.st
Valorizzazione del territorio	Supporto capillare alle micro realtà locali	VT.1	3,46	0,93
	Capacità di raggiungere capillarmente il territorio	VT.2	3,46	0,93
	Sostegno per le attività ordinarie delle piccole associazioni	VT.3	3,46	1,01
	<b>Valorizzazione del territorio</b>	VT	<b>3,46</b>	
Coinvolgimento e valorizzazione dei soci	Creazione di reti tra imprenditori e professionisti	CVS.1	3,46	1,08
	Occasioni di confronto e collaborazione tra soci	CVS.2	3,62	0,84
	Opportunità di visibilità e riconoscimento territoriale	CVS.3	3,46	0,63
	<b>Coinvolgimento e valorizzazione dei soci</b>	CVS	<b>3,51</b>	
Crescita personale e professionale	Sviluppo di una maggiore sensibilità sociale	CPP.1	3,46	0,84
	Esperienze di contatto diretto con realtà fragili	CPP.2	3,54	0,63
	Possibilità di avviare attività di volontariato personale e aziendale	CPP.3	3,62	0,92



	<b>Crescita personale e professionale</b>	CPP	<b>3,54</b>	
Rafforzamento del legame azienda-territorio	Valorizzazione dell'impegno sociale delle aziende	RLT.1	3,54	0,93
	Riconoscimento del contributo delle aziende da parte della comunità locale	RLT.2	3,42	0,64
	<b>Rafforzamento del legame azienda-territorio</b>	RLT	<b>3,48</b>	
Indifferenza			3,25	
Media			3,50	0,85
75° Percentile			3,538461538	

Tabella 21: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – Soci

Analizzando le variabili anagrafiche, emerge che la durata della collaborazione tra i soci e la Fondazione potrebbe essere correlata: in particolare, i soci da meno di 5 anni mostrano valori mediamente più alti rispetto a tutte le dimensioni di impatto considerate, scartando di molto, in alcuni casi, i soci con più anni di esperienza.

Ad esempio, prendendo la dimensione inerente al rafforzamento del legame tra azienda e territorio, si può notare che, per i soci da meno di 5 anni, il premio ha generato un cambiamento positivo significativo (4,17) mentre per chi lo è da più di 5 non percepisce più cambiamenti su questo tema (in media, 3,05). Questo dato può essere spiegato dalla "diluizione" delle percezioni, che possono risultare affievolite se sono costanti nel tempo, seppur positive. Osservando, invece, l'area di riferimento dell'organizzazione, i valori delle dimensioni di impatto sono mediamente simili tra le diverse aree geografiche, suggerendo una mancata correlazione tra anagrafica e impatto.

		Peso%	Valori	Supporto capillare alle micro realtà locali	Capacità di raggiungere capillarmente il territorio	Sostegno per le attività ordinarie delle piccole associazioni	<b>Valorizzazione del territorio</b>	Creazione di reti tra imprenditori e professionisti	Occasioni di confronto e collaborazione tra soci	Opportunità di visibilità e riconoscimento territoriale	<b>Coinvolgimento e valorizzazione dei soci</b>	Sviluppo di una maggiore sensibilità sociale	Esperienze di contatto diretto con realtà fragili	Possibilità di avviare attività di volontariato personale e aziendale	<b>Crescita personale e professionale</b>	Valorizzazione dell'impegno sociale delle aziende	Riconoscimento del contributo delle aziende da parte della comunità locale	<b>Rafforzamento del legame azienda-territorio</b>
				VT.1	VT.2	VT.3	VT	CVS.1	CVS.2	CVS.3	CVS	CPP.1	CPP.2	CPP.3	CPP	RLT.1	RLT.2	RLT
Media	Gruppi			3,46	3,46	3,46	<b>3,46</b>	3,46	3,62	3,46	<b>3,51</b>	3,46	3,54	3,62	<b>3,54</b>	3,54	3,42	<b>3,48</b>
Anni da quanto è socio	Meno di 5	23%	3	4,33	4,33	4,33	<b>4,33</b>	4,00	4,33	4,00	<b>4,11</b>	4,33	4,00	4,67	<b>4,33</b>	4,33	4,00	<b>4,17</b>
	Tra 5 e 10	23%	3	2,67	2,67	2,67	<b>2,67</b>	3,33	3,33	3,33	<b>3,33</b>	3,33	3,33	2,33	<b>3,00</b>	2,67	3,00	<b>2,83</b>
	Più di 10	54%	7	3,43	3,43	3,43	<b>3,43</b>	3,29	3,43	3,29	<b>3,33</b>	3,14	3,43	3,71	<b>3,43</b>	3,57	3,43	<b>3,50</b>
	Totale		13															
Area di riferimento dell'organizzazione	Valle Camonica e Val Caffaro	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Bergamo e provincia	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Milano e città metropolitana	23%	3	3,67	3,67	4,00	<b>3,78</b>	3,33	3,67	3,67	<b>3,56</b>	3,67	3,67	3,67	<b>3,67</b>	4,00	3,00	<b>3,50</b>



Valtellina e Valchiavenna	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lecco e provincia	38%	5	3,40	3,40	3,40	<b>3,40</b>	3,80	3,80	3,40	<b>3,67</b>	3,40	3,60	3,80	<b>3,60</b>	3,60	3,60	<b>3,60</b>
Monza e Brianza	38%	5	3,40	3,40	3,20	<b>3,33</b>	3,20	3,40	3,40	<b>3,33</b>	3,40	3,40	3,40	<b>3,40</b>	3,20	3,40	<b>3,30</b>
Totale		13															

Tabella 22: Correlazione tra variabili anagrafiche e dimensioni d'impatto – Soci



## Il quadro generale multistakeholder

Dopo aver analizzato l'impatto del premio Costruiamo il futuro per ciascuna categoria di stakeholder, l'obiettivo di questa sezione è quello di fornire un quadro complessivo, in cui le categorie vengono confrontate fra loro per determinare quali siano quelle maggiormente impattate e con che intensità. Per fare ciò, sono state analizzate innanzitutto le dimensioni d'impatto nel loro insieme, calcolando la media del valore del cambiamento.

Stakeholder	Dimensione d'impatto	Cambiamento
Visitor	Connessione con il territorio	4,50
ETS Partner	Networking territoriale	4,17
Visitor	Relazioni interpersonali	4,04
ETS Partner	Relazioni con il territorio	4,00
ETS premiati	Valorizzazione e riconoscimento	3,91
ETS premiati	Relazione umana e ascolto	3,734
ETS premiati	Crescita organizzativa e sostenibilità	3,733
Visitor	Sviluppo di competenze	3,73
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Sviluppo territoriale e comunitario	3,71
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Networking e collaborazione	3,61
Soci	Crescita personale e professionale	3,54
Soci	Coinvolgimento e valorizzazione dei soci	3,51
ETS premiati	Networking	3,51
Soci	Rafforzamento del legame azienda-territorio	3,48
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Governance e trasparenza	3,47
Soci	Valorizzazione del territorio	3,46
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Valorizzazione del capitale umano aziendale	3,39
Istituzioni	Valorizzazione del territorio	3,33
Istituzioni	Destinazione risorse	3,33
Visitor	Relazioni professionali	3,31
Istituzioni	Coesione istituzionale	3,28
Istituzioni	Relazioni con il territorio	3,26

Tabella 23: Cambiamento delle dimensioni d'impatto – tutti gli stakeholder

Dall'analisi si può osservare che tutte le dimensioni d'impatto analizzate evidenziano un cambiamento **positivo**, ponendosi al di sopra della soglia di indifferenza (3,25). Inoltre, l'41% di esse supera la media di cambiamento (3,63).

Il cambiamento più significativo è quello percepito dai *Visitor*, in relazione alle dimensioni della **connessione con il territorio** (4,50) e delle **relazioni interpersonali** (4,04). A seguire, gli ETS Partner nel **networking territoriale** (4,17) e nelle **relazioni con il territorio** (3,75).

Stakeholder	Aspetto	Cambiamento	Dev. st
ETS partner	Creazione di reti e collaborazioni tra enti	3,63	0,70
ETS partner	Democraticità di coinvolgimento*	4,25	0,66
ETS partner	Individuazione di nuove realtà meritevoli**	4,63	0,48
ETS partner	Capillarizzazione delle relazioni con gli enti del territorio	4,00	0,50
ETS partner	Risposta ai bisogni territoriali	4,00	0,00



Istituzioni	Riconoscimento pubblico degli enti nel territorio	3,33	0,47
Istituzioni	Mantenimento di un rapporto costante con gli enti del territorio	3,33	0,47
Istituzioni	La qualità della mappatura degli enti territoriali esistenti	3,00	0,00
Istituzioni	Risposta ai bisogni degli enti territorio	3,44	0,50
Istituzioni	Rafforzamento delle relazioni tra enti pubblici	3,33	0,47
Istituzioni	Creazione di progetti in partenariato con altri enti pubblici	3,22	0,42
Istituzioni	Gestione delle richieste di finanziamento*	3,33	0,47
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Coinvolgimento delle piccole realtà locali e delle comunità periferiche	3,64	0,48
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Diffusione capillare delle risorse	3,79	0,77
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Engagement dei dipendenti	3,43	0,49
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Senso di appartenenza dei dipendenti*	3,36	0,48
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Affidabilità nei processi di selezione e finanziamento	3,47	0,72
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Affidabilità nella gestione delle erogazioni	3,60	0,49
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Sistematizzazione e coordinamento nella gestione delle erogazioni**	3,36	0,61
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Creazione di relazioni tra aziende, enti e associazioni	3,80	0,65
Organizzazioni e aziende sostenitrici	Opportunità di partnership future	3,43	0,62
Soci	Supporto capillare alle micro realtà locali	3,46	0,93
Soci	Capacità di raggiungere capillarmente il territorio	3,46	0,93
Soci	Sostegno per le attività ordinarie delle piccole associazioni	3,46	1,01
Soci	Creazione di reti tra imprenditori e professionisti	3,46	1,08
Soci	Occasioni di confronto e collaborazione tra soci	3,62	0,84
Soci	Opportunità di visibilità e riconoscimento territoriale	3,46	0,63
Soci	Sviluppo di una maggiore sensibilità sociale	3,46	0,84
Soci	Esperienze di contatto diretto con realtà fragili	3,54	0,63
Soci	Possibilità di avviare attività di volontariato personale e aziendale	3,62	0,92
Soci	Valorizzazione dell'impegno sociale delle aziende	3,54	0,93
Soci	Riconoscimento del contributo delle aziende da parte della comunità locale	3,42	0,64
ETS premiati	Rafforzamento delle capacità progettuali	3,62	0,59
ETS premiati	Stimolo allo sviluppo di nuove attività	3,77	0,59
ETS premiati	Risposta ai bisogni degli utenti	3,77	0,62
ETS premiati	Supporto alla continuità delle attività esistenti*	3,78	0,54
ETS premiati	Riconoscimento del valore sociale generato	3,94	0,61
ETS premiati	Gratificazione delle persone	4,02	0,53
ETS premiati	Visibilità**	3,76	0,55
ETS premiati	Conoscenza di altri ETS	3,57	0,53
ETS premiati	Collaborazioni con altri ETS	3,47	0,54
ETS premiati	Contaminazione con altri ETS****	3,49	0,54
ETS premiati	Instaurazione di rapporti empatici con il personale della Fondazione	3,73	0,66
Visitor	Sviluppo di empatia	3,77	0,58
Visitor	Sviluppo di competenze relazionali	3,69	0,72



Visitor	Creazione di relazioni interpersonali	3,85	0,77
Visitor	Arricchimento personale	4,23	0,58
Visitor	Attivazione di collaborazioni con le associazioni visitate	3,31	0,72
Visitor	Conoscenza delle realtà del terzo settore nel proprio territorio	4,62	0,49
Visitor	Consapevolezza rispetto ai bisogni che le realtà del terzo settore nel proprio territorio possono soddisfare	4,38	0,49

Tabella 24: Cambiamento degli aspetti – tutti gli stakeholder

Tuttavia, per fornire un quadro generale più completo e preciso, è interessante osservare anche i **singoli aspetti delle dimensioni e l'intensità dei loro cambiamenti**. Osservando il **rapporto fra aspetti cambiati (AC) e aspetti indagati (AI)** con valore superiore alla soglia di indifferenza, si può notare come tutti gli stakeholder indagati abbiano avuto un cambiamento positivo in tutti gli aspetti.

Diverso il discorso per quanto riguarda il **superamento della media di cambiamento**: gli stakeholder più impattati sono stati i Visitor (86%), gli ETS Premiati (64%) e gli ETS Partner (60%). Andando anche ad indagare la qualità del cambiamento medio percepito, si può osservare che per gli ETS partner l'80% dei temi migliorati sono cambiati con valori superiori al 75° percentile, mentre questo valore è del 57% per i Visitor e del 36% per gli ETS premiati. L'analisi si conclude con il calcolo dell'indice di cambiamento quali-quantitativo, calcolato come media tra la quantità (aspetti con valori di cambiamento superiori alla media) e la qualità di cambiamenti percepiti (aspetti con valori di cambiamento superiori al 75° percentile).

Sulla base di quest'ultima analisi, ben 4 categorie di stakeholder hanno superato la soglia del 50%: gli **ETS partner risultano così lo stakeholder più impattato** con un indice quali-quantitativo dell'87%, seguiti da Visitor (81%), ETS premiati (67%) e organizzazioni e aziende sostenitrici (52%). I soci (33%) e le istituzioni (24%) mostrano un grado di impatto più contenuto, ma comunque indicativo di un'interazione positiva e di un potenziale di rafforzamento futuro nelle relazioni con la Fondazione.

	Numero aspetti indagati	AC/AI	AC/AI > media (3,64)	AC/AI > 75° percentile (3,78)	Indice quali-quantitativo
ETS partner	5	100%	80%	80%	87%
Istituzioni	7	71%	0%	0%	24%
Organizzazioni e aziende sostenitrici	9	100%	33%	22%	52%
Soci	11	100%	0%	0%	33%
ETS premiati	11	100%	64%	36%	67%
Visitor	7	100%	86%	57%	81%

Tabella 25: intensità di cambiamento degli aspetti

## Conclusioni

Nel complesso, l'analisi ha evidenziato un impatto positivo e significativo del premio, capace di attivare processi di riconoscimento, relazione e crescita tra gli stakeholder coinvolti, con effetti tangibili sul tessuto sociale e comunitario.

L'indice di cambiamento quali-quantitativo, calcolato come media tra la quantità e la qualità dei cambiamenti percepiti, ha superato il 50% per **quattro categorie di stakeholder**. In particolare, gli **ETS partner** risultano essere quelli maggiormente impattati, seguiti dai visitor, dagli ETS premiati e dalle organizzazioni e aziende sostenitrici.



Gli **ETS partner**, che supportano direttamente gli ETS candidati, hanno riscontrato importanti miglioramenti nelle dinamiche di networking territoriale e nella creazione di reti di collaborazione, sia a livello operativo che strategico. Il premio ha generato **impatti significativi in tutte le dimensioni analizzate**, con una media di 4,10 su 5, superiore alla soglia di miglioramento netto (4). Un aspetto particolarmente apprezzato è stato la capacità di identificare e promuovere **nuove realtà locali meritevoli**, amplificando così l'impatto delle azioni.

Per i **visitor**, principalmente giovani universitari coinvolti nella visita e valutazione degli ETS, l'esperienza ha avuto un forte impatto positivo su tutte le dimensioni esaminate, con un effetto particolarmente evidente **tra i partecipanti a più edizioni**. In particolare, il premio ha rafforzato il legame con il territorio, grazie alla scoperta delle realtà del terzo settore e all'acquisizione di una maggiore consapevolezza dei bisogni locali, oltre a favorire un arricchimento personale derivante dalle relazioni interpersonali.

Gli **ETS premiati**, oltre ai benefici pratici derivanti dalle attività, hanno visto riconosciuto il valore sociale generato, con un forte senso di **gratificazione** tra i partecipanti. Il premio si è confermato un'importante leva di motivazione, supportando la crescita organizzativa e sostenibile degli ETS, soprattutto nel consolidamento delle attività esistenti. Ciò ha confermato un aspetto distintivo del premio, cioè il suo focus non solo su progetti innovativi, ma anche sulle attività ordinarie, valorizzandole adeguatamente.

Per le **organizzazioni e le aziende sostenitrici**, il cambiamento maggiore è stato percepito nel rafforzamento dello sviluppo territoriale e comunitario, con impatti significativi sulla capacità di diffondere le risorse destinate all'organizzazione, migliorando visibilità e accesso ai progetti sostenuti. È emerso anche un confronto interessante tra le **aziende di grandi e piccole dimensioni**: le prime hanno registrato impatti più alti sulla diffusione capillare delle risorse, probabilmente grazie a budget più consistenti, mentre le seconde hanno percepito un cambiamento maggiore nell'affidabilità dei processi di selezione e finanziamento, probabilmente per la necessità di ottimizzare l'efficacia con risorse limitate.

Sono emersi anche ambiti in cui l'impatto potrebbe essere ulteriormente rafforzato, in particolare per consolidare la dimensione sistemica e la sostenibilità nel lungo periodo.

Per quanto riguarda i **soci**, è stato riscontrato un maggiore impatto sui soci più recenti, mentre i soci di lunga data, pur mostrando un buon livello di coinvolgimento, hanno evidenziato valori più bassi, forse a causa della routine consolidata. Un ambito di sviluppo per il futuro potrebbe riguardare lo sviluppo di strategie volte a rafforzare il coinvolgimento dei soci storici, valorizzandoli maggiormente, affinché non si perda l'entusiasmo e il senso di appartenenza.

Relativamente alle **istituzioni**, la partecipazione avrebbe potuto essere più alta, in particolare per quanto riguarda la risposta ai questionari, evidenziando la necessità di adottare modalità più efficaci di interazione. Rafforzare il coinvolgimento delle istituzioni potrebbe garantire un impatto più significativo in futuro.

In ogni caso, nonostante un grado di cambiamento meno intenso su questi ultimi stakeholder, il premio è stato comunque fattore di un'interazione positiva e di un potenziale rafforzamento futuro nelle relazioni con la Fondazione.