



CARIPO  
SOCIAL INNOVATION

LAB



# IL BUSINESS MODEL CANVAS SOCIALE E SOSTENIBILE

Irene Bengo



# Agenda

- Il Business model canvas tradizionale
- **Il Business model canvas sociale e sostenibile (BMCSS)**
- Il BMCSS: come costruirlo

# Bisogno di un modello che integri il valore sociale e ambientale

- ✓ Business model e il business model canvas hanno origine dal settore **for-profit**
- ✓ Oggi ci focalizziamo su organizzazioni non profit che mirano a perseguire lo **sviluppo sociale e sostenibile** attraverso il coinvolgimento di tutti gli attori sociali e delle comunità
- ✓ Necessità di un **business model ibrido**



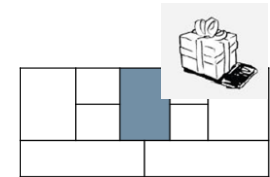
## BUSINESS MODEL CANVAS SOCIALE E SOSTENIBILE

Fondamentale per costruire il **BUSINESS MODEL CANVAS SOCIALE E SOSTENIBILE** avere un quadro chiaro degli **obiettivi sociali**. Il social business model canvas dovrebbe offrire l'opportunità di vedere non solo il business, ma anche identificare l'impatto sociale che si sta cercando di raggiungere. Soprattutto, dimostrare chiaramente come i **due obiettivi interagiscono e si combinano**

# Il business model canvas sociale e sostenibile

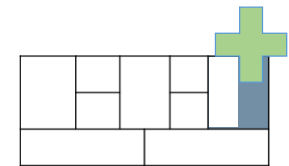
## Proposta di valore

- Che cosa stai facendo e per chi lo stai facendo? **Problema sociale e beneficiari**
- Il bisogno che stai risolvendo, **Bisogno sociale**
- I prodotti e servizi che creano valore per specifici segmenti di **beneficiari, clienti**
- Un' **organizzazione sociale e sostenibile ha due proposte di valore: generazione di valore sociale e di valore commerciale.**



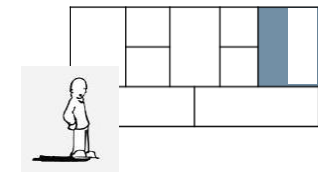
## Segmenti di beneficiari

- Chi sono i nostri beneficiari, o organizzazioni che si mira a raggiungere o che sono **impattati positivamente (beneficiari diretti e indiretti)**
- Perché utilizzano/hanno **bisogno del prodotto/servizio?**
- Raggruppare i beneficiari in segmenti che presentano caratteristiche simili (**bisogni**)



## Segmenti di clienti

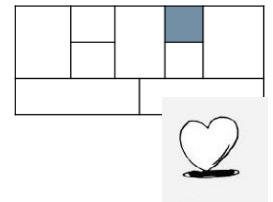
- Esistono clienti differenti dai beneficiari che compreranno il nostro prodotto/servizio?
- Considerare i **Clienti diretti e i clienti indiretti**
- Raggruppare i clienti in segmenti che presentano caratteristiche simili



# Il business model canvas sociale e sostenibile

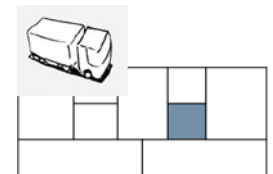
## Relazioni con i beneficiari e con i clienti

- Le interazioni dell'organizzazione con i beneficiari e con i clienti attraverso quali canali avvengono?
- Come posso soddisfare nel tempo i beneficiari?
- Come posso mantenere i clienti?
- A seconda del canale utilizzato, la relazioni tra organizzazione e beneficiari sarà differente
- Qual è il ruolo che la generazione di impatto sociale gioca nel rapporto con i beneficiari.
- Come i beneficiari e i clienti possono diventare la 'comunità' o come possono co-creare o co-produrre?
- Approccio partecipativo: quando i beneficiari diventano attivi nella vostra impresa sociale possono anche assumere ruoli importanti per migliorare scalare l'impatto sociale.



## Canali

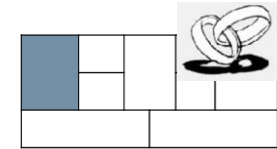
- Come l'organizzazione raggiunge i suoi segmenti di beneficiari o clientela
- Come posso fornire i miei prodotti/servizi ai beneficiari e ai clienti?
- Con quali modalità venderò e distribuirò i miei prodotti/servizi?
- Come possiamo aiutare i nostri beneficiari e clienti a valutare il valore sociale generato della nostra organizzazione? Quali prove e le storie possiamo / dobbiamo condividere?
- Perché i beneficiari/clienti dovrebbero acquistare da noi come organizzazione sociale? Social network..



# Il business model canvas sociale e sostenibile

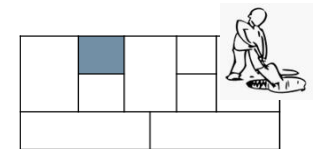
## *Partner chiave/ Stakeholder*

- Di chi hai bisogno per realizzare il tuo business?
- Cosa stai acquistando da loro? Quali attività stanno realizzando per te?
- Motivazioni diverse per impegnarsi in partnership
- Aumenta la rete di attori (not for profit, pubblico, filantropi, CSR imprese, imprese sociali, investitori impact..)



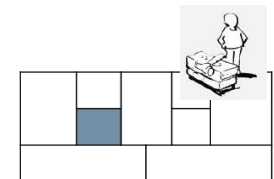
## *Attività chiave*

- Quali sono le attività su cui l'organizzazione deve concentrarsi
- per avere successo? (Produzione, Networking...)
- Focalizzare su attività fondamentali per sostenere e rafforzare gli impatti
- Stakeholder Involvement/ attività di partecipazione (interne-esterne)



## *Risorse chiave*

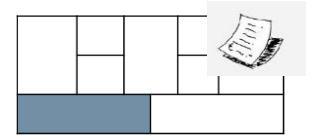
- Di che cosa ha bisogno il servizio/prodotto per funzionare? Quali sono le risorse necessarie? (fisiche, intellettuali)
- La conoscenza di impatto e le competenze; immateriali (relazioni)
- Accesso al fondo per coprire i costi di impatto; (accountability)



# Il business model canvas sociale e sostenibile

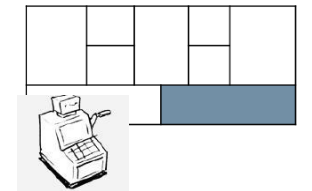
## Struttura dei costi

- Che costi impattano in maniera significativa nella gestione del proprio servizio/prodotto?
- Costi aggiuntivi sono necessari per raggiungere e misurare l'impatto sociale



## Flussi di ricavi

- I ricavi generati dalla proposta di valore offerta con successo a ciascun segmento di beneficiario/cliente. Qual è il valore per cui beneficiari/clienti pagano? Qual è la strategia per catturare il valore?
- Mix di ricavi: commerciale, donazioni, bandi, finanza ad impatto
- Diverse fonti di reddito possono avere diverse funzioni in una impresa sociale
- Costo del mix sociale e commerciale



## Impatto sociale

- Qual è l'impatto sociale, ambientale, culturale generato dal mio servizio/prodotto/progetto rispetto ai beneficiari e alla comunità di riferimento
- Definizione delle metriche per misurare questi risultati, impatti ..

