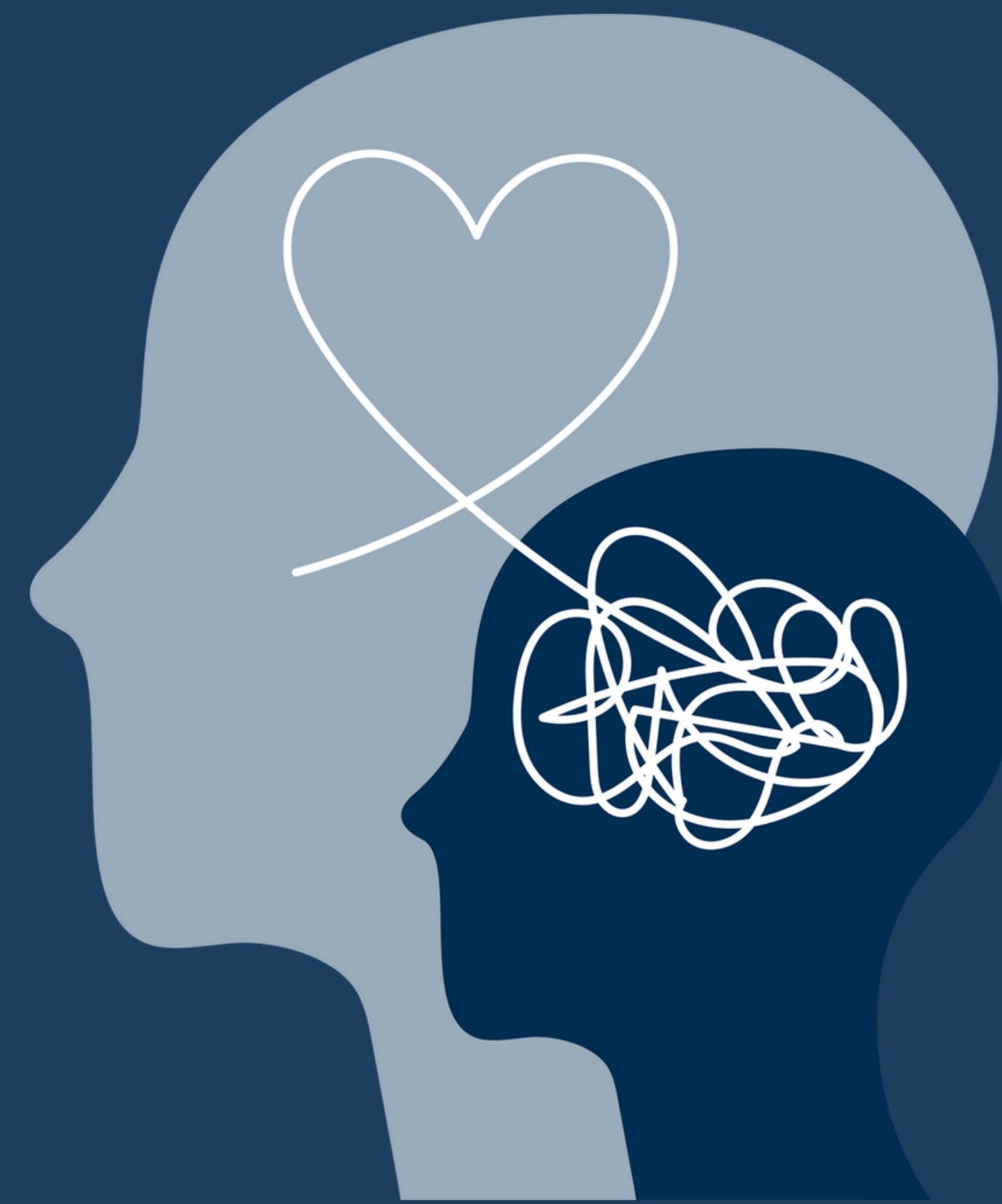


“ *Psicologi e Professionisti  
Sanitari insieme per il  
benessere*

ASSOCIAZIONE  
PSICHEBALDUINA

PSICHEBALDUINA

Psicologia, Psicoterapia e Formazione



# *Profilo istituzionale:* **LE FONDAMENTA**



## **Denominazione e Sede**

Denominazione: Associazione Psiche Balduina ETS

Sede Legale: Roma, via Alberto Cadlolo, 24



## **Data di costituzione**

04 Novembre 2024



## **Riconoscimento Legale**

Iscrizione al RUNTS  
(Registro Unico Nazionale del Terzo Settore)

Data: 06 febbraio 2025

Sezione: "Altri Enti del Terzo Settore"



## **Finalità**

Persegue, senza scopo di lucro, finalità civiche,  
solidaristiche e di utilità sociale.

# GOVERNANCE E CAPITALE UMANO

## UNA LEADERSHIP AL FEMMINILE



**FRANCESCA ANDRONICO**

Ruolo: Presidente

Competenza: Responsabile scientifico,  
Management e Modello di intervento



**SABRINA SPARACINO**

Ruolo: Tesoriere / Consigliere

Competenza: Responsabile Area Adulti,  
Psicoterapeuta



**VERONICA VOLPE**

Ruolo: Vice Presidente

Competenza: Responsabile Area  
Evolutiva, Neuropsicologa

---

### Il Nostro Motore: L'Equipe Multidisciplinare

L'Associazione coinvolge professionisti di discipline diverse che lavorano in equipe a regime di libera professione, ognuno con le proprie competenze, in base ad un modello di intervento strutturato.

# ANALISI DI MERCATO

01

## AREE DI INTERVENTO:

Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni;  
Psicologia clinica e Neuropsicologia;  
Psicologia dell'età evolutiva.

02

## TARGET:

Famiglie;  
Bambini;  
Adolescenti;  
Adulti.

03

L'inserimento della territorialità nel nome dello studio vuole comunicare che il centro è profondamente radicato nel quartiere. Conosce abitudini, stile di vita e bisogni delle famiglie che vi abitano. Per questo offre servizi mirati e realmente aderenti alle esigenze locali.



*L'idea è che noi vogliamo essere radicati sul territorio... rispondere in maniera specifica a quei bisogni delle persone che abitano il contesto.*

# *Prova sul campo: il progetto scuola*

## **VIVERE L'INFANZIA FELICE**

1

*Riconoscere precocemente le problematiche di apprendimento, comportamento e le abitudini alimentari in età evolutiva*

2

*Somministrazione di questionari a insegnanti e famiglie. Incontri di restituzione e sensibilizzazione con i professionisti dell'associazione. Progetto svolto a titolo gratuito.*

3

*Questo evento conferma la serietà e la rilevanza del lavoro svolto.*

“

*Il fatto che il Campidoglio si sia interessato a questa cosa e che quindi ci abbia dato la possibilità di divulgare i dati... non solo qualitativi, ma quantitativi.*



”

# Analisi Strategica: **POSIZIONAMENTO ATTUALE** (SWOT)

## **PUNTI DI FORZA** *strengths*

- Equipe multidisciplinare esperta e coesa;
- Forte radicamento e conoscenza del territorio (Balduina);
- Leadership femminile con visione imprenditoriale;
- Status di ETS che abilita l'accesso a finanziamenti specifici.
- 



## **PUNTI DI DEBOLEZZA** *weaknesses*

- Realtà neonata con brand awareness limitata;
- Dipendenza iniziale da quote associative e volontariato.



## **OPPORTUNITA'** *opportunities*

- Accesso ai fondi del 5x1000 e a bandi per il Terzo Settore.
- Crescente domanda di servizi per il benessere psicologico post-pandemia;
- Possibilità di creare reti con comitati di quartiere e altre realtà locali.



## **MINACCE** *threats*

- Stigma sociale ancora presente sulla salute mentale.
- Scarsa cultura della prevenzione in Italia.
- Contesto economico che limita la spesa privata per la salute.

# Analisi del contesto competitivo

## LE CINQUE FORZE DI PORTER

### FORNITORI

*Il potere dei fornitori è medio: i collaboratori sono in genere sostituibili, spazi e software hanno molte alternative, mentre il vero rischio è dipendere troppo da pochi professionisti chiave*

### POTENZIALI ENTRANTI

*Aprire uno studio psicologico è burocraticamente semplice e poco costoso, ma il successo è difficile perché il mercato è saturo, la concorrenza alta e servono reputazione, differenziazione e una strategia solida per emergere.*

### CONCORRENTI DEL SETTORE

*circa una decina di centri presenti nella zona, i servizi dei centri risultano per lo più simili rispetto a quelli del centro "rivale" originario, range realistico circa 50-70 €/seduta, per distinguersi offrire un servizio più completo, specializzato e accessibile rispetto ai singoli studi.*

### PRODOTTI SOSTITUTIVI

*Alta sostituibilità online a prezzi competitivi con app di auto-aiuto e percorsi di coaching non clinico*

### CLIENTI

*A Balduina il cliente è molto esigente, ha tante alternative, cambia studio facilmente e decide soprattutto in base a reputazione, prezzo e passaparola*

# IL PROCESSO DI CREAZIONE DEL VALORE

## CATENA DEL VALORE

### ATTIVITÀ DI SUPPORTO



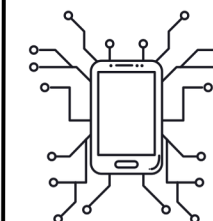
#### INFRASTRUTTURA DELL'IMPRESA

Chi gestisce amministrazione, agenda, marketing, coordinamento: Dott.ssa Francesca Andronico, forma giuridica ETS



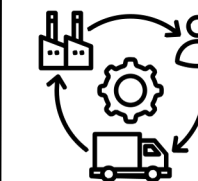
#### RISORSE UMANE

Numero di psicologi 10, modalità di compenso: finanziamenti pubblici



#### SVILUPPO DELLA TECNOLOGIA

Software per prenotazioni e fatturazione, strumenti diagnostici digitali, presenza di una strategia digitale: SEO, contenuti, automazioni e computer



#### APPROVIGIONAMENTI

I costi includono cancelleria e materiali generali, modulistica e cartelline cliniche, test psicologici e servizi esterni come commercialista o grafico.

### LOGISTICA INTERNA

Gestione delle informazioni online (messaggi mail sito) e in presenza (a fine seduta) archiviazione e registrazione secondo le procedure privacy Coordinamento interno tramite messaggi o dal vivo

### ATTIVITÀ OPERATIVE

Le attività operative sono orientate allo sviluppo di progetti gratuiti sul territorio; tra questi, il Progetto Scuola, dedicato all'individuazione precoce di difficoltà di apprendimento, comportamento e abitudini alimentari in età evolutiva.

### LOGISTICA ESTERNA

L'associazione si organizza sia online che offline per permettere a tutti i clienti di ricevere un servizio ordinato e flessibile; opera anche sui social per tenere informato il pubblico

### MARKETING E VENDITE

Canali di comunicazione attivi (Instagram, GoogleAds, sito, eventi)  
Obiettivo di branding: erogare servizi in campo pubblico (gratuiti) e ottenere finanziamenti da enti pubbliche (comune, 5x1000)

### SERVIZIO POST-VENDITA

I servizi post-vendita comprendono eventuali interventi aggiuntivi, non inclusi inizialmente, da valutare e concordare successivamente con la committenza in base alle esigenze emerse.

### ATTIVITÀ PRIMARIE

# SOSTENIBILITA' FINANZIARIA & IMPATTO SOCIALE

## BILANCIO CONSUNTIVO 2024

Totale Entrate: € 0,00

Totale Uscite: € 0,00

Spiegazione: Il risultato è nullo poiché l'associazione si è costituita a fine anno (04/11/2024), con l'operatività avviata nel 2025.

## BILANCIO PREVENTIVO 2025 (AL 16/04/2025)

Totale Entrate Previste: € 9.200  
(Quote associative: € 2.400; Liberalità soci: € 6.700; Donazioni: €100)

Totale Uscite Previste: € 6.655,10  
(Sede: € 6.000; Spese amministrative e varie: € 655,10)

## L'INTERPRETAZIONE STRATEGICA: DAL ROL AL S-ROI

Per un Ente del Terzo Settore, gli indicatori di performance trascendono il mero dato economico. L'avanzo di gestione non è un profitto, ma la risorsa strategica per finanziare nuovi progetti gratuiti e amplificare l'impatto sulla comunità.

**S-ROI (Social Return on Investment):** Misura il valore sociale generato per ogni euro investito.



BENESSERE



PREVENZIONE



INCLUSIONE SOCIALE

# CLASSIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

## MICROAMBIENTE

L'ecosistema operativo e di governance che abilita la missione dell'Associazione.

### ORGANI DI GOVERNANCE E SOCI FONDATORI

(F. Andronico -Presidente/Resp. Scientifico, V. Volpe Vicepresidente/Resp. Area Evolutiva, S.Sparacino-Tesoriere /Resp. Area Adulti,

**Interesse:** Sostenibilità strategica, adempimento della missione, conformità legale e statutaria.

**Ruolo:** Indirizzo strategico, rappresentanza legale, supervisione operativa e finanziaria



### ASSOCIATI E PROFESSIONISTI DELL'ÉQUIPE MULTIDISCIPLINARE

**Interesse:** Sviluppo professionale, realizzazione di progetti a impatto sociale, condivisione di un modello clinico.

**Ruolo:** Erogazione dei servizi ("Progetto Scuola"), contributo operativo e finanziario (quote, liberalità), motore delle attività (Fonte: Descrizione Struttura, Verbale Assemblea)



### CENTRO PSICHE BALDUINA

(Partner privato accreditato ASL Roma 1)  
**Interesse:** Sinergia operativa, ampliamento dell'offerta di servizi. reputazione.

**Ruolo:** Partner operativo strategico, sede fisica delle attività (Via Alberto Cadlolo, 24), host per tirocini (TPV) (Fonte: Descrizione Struttura, Scheda Valutazione TPV).



### BENEFICIARI DIRETTI

**Interesse:** Accesso a servizi psicologici gratuiti ("Progetto Scuola") e di alta qualità, prevenzione e supporto.

**Ruolo:** Destinatari finali della missione, fonte primaria di legittimazione sociale dell'Ente (Fonte: Progetto Scuola).



### DONATORI E SOSTENITORI

(Quote associative, liberalità, Sx1000)  
**Interesse:** Impatto sociale misurabile, trasparenza nell'uso dei fondi.

**Ruolo:** Fonte di sostentamento economico per le attività istituzionali (Fonte: Verbale Assemblea, Intervista).



### TIROCINANTI E NEOLAUREATI (TPV)

**Interesse:** Acquisizione di competenze pratiche in un contesto clinico-sociale, come previsto dal TPV.

**Ruolo:** Supporto operativo alle attività progettuali, potenziale bacino di futuri professionisti (Fonte: Scheda Valutazione TPV, Statuto).



# CLASSIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER

## MACROAMBIENTE

Le forze esterne e il contesto istituzionale che influenzano e regolano l'attività dell'Ente.

### ENTI REGOLATORI E ISTITUZIONI PUBBLICHE

(RUNTS/Regione Lazio, ASL Roma 1, Comune di Roma/Campidoglio)  
**Interesse:** Conformità normativa (Codice del Terzo Settore), tutela della salute pubblica.

**Ruolo:** Regolazione (iscrizione RUNTS del 08/02/2025), vigilanza, validazione istituzionale (evento in Campidoglio), potenziale fonte di finanziamento (Fonte: Iscrizione RUNTS, Intervista).



### COLLETTIVITÀ LOCALE E TARGET FUTURI

(Quartiere Balduina, Popolazione Anziana)  
**Interesse:** Benessere della comunità, disponibilità di servizi di prossimità.

**Ruolo:** Contesto sociale di riferimento ("radicati sul territorio"), fonte di legittimazione, target di espansione della missione (Fonte: Intervista, Statuto).



### TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

(Realtà Virtuale/AI)

**Interesse:** Potenziamento dell'efficacia degli interventi clinici (ss. fobie, ansia).

**Ruolo:** Driver di innovazione che richiede investimenti economici e formazione specifica (Fonte: Intervista, documento "Innovazione").



### COMPETITOR E RETE ASSOCIATIVA

(Altri ETS, Studi Clinici Privati)

**Interesse:** Posizionamento strategico, collaborazione, differenziazione.

**Ruolo:** Termine di paragone, potenziali partner per progetti di rete o competitor per risorse (es. fondi, 5x1000) (Fonte: Intervista).



# Proposta di Innovazione

## LA REALTÀ VIRTUALE (VR) COME STRUMENTO CLINICO

### COS'È

*Integrazione della VR come ambiente terapeutico controllato per l'esposizione graduale e la rielaborazione emotiva.*

### APPLICAZIONI MIRATE

- **Fobie Specifiche:** Scolastica, sociale, agorafobia.
- **Disturbi d'Ansia:** Ansia da prestazione, attacchi di panico.
- **Traumi:** Rielaborazione di traumi infantili in un contesto protetto.

### VALORE AGGIUNTO

*Aumenta l'efficacia, riduce l'evitamento, è attrattiva per i più giovani e rafforza l'immagine di un centro all'avanguardia.*

### LE SFIDE



#### FORMAZIONE TECNICA

*"Non sono strumenti che io posso semplicemente acquistare...ci deve essere una formazione."*



#### INVESTIMENTO ECONOMICO

*"È utile, ma per questo abbiamo bisogno di tanto sostegno... anche l'investimento economico."*



### LA SOLUZIONE



*Proposta*

#### AVVIARE UN PROGETTO PILOTA

*Focalizzarsi su un numero limitato di casi (es. fobia scolare).*

*Misurare i risultati clinici e la soddisfazione degli utenti.*

*Costruire un business case solido per attrarre finanziamenti dedicati.*

*Garantire sostenibilità e scalabilità future.*

# Un'idea per minimizzare i costi: una *partnership* con altre piccole aziende **NON ACQUISTARE, MA COLLABORARE**

## Descrizione della Strategia

*Proponiamo di superare le barriere economiche e tecniche stringendo partnership con startup e fornitori esterni specializzati in servizi VR per la psicoterapia.*

## Vantaggi del Modello

**Trasformazione dei Costi:** *Converte un ingente investimento di capitale in una spesa operativa flessibile e gestibile.*

**Accesso all'Eccellenza:** *Garantisce l'utilizzo di hardware e software sempre aggiornati e la competenza di specialisti esterni.*

**Rischio Ridotto:** *Permette di testare l'innovazione su piccola scala prima di un impegno maggiore.*

### FASE 1

#### RICERCA E PARTNERSHIP

*Mappatura e selezione di fornitori VR specializzati. Definizione del modello di servizio (pay-per-use) e dell'accordo di collaborazione.*



### FASE 2

#### LANCIO E IMPLEMENTAZIONE

*Lancio del progetto pilota su un target mirato: coerenza con l'esperienza del 'Progetto Scuola'.  
Integrazione del servizio nel percorso clinico per un numero definito di pazienti.*



### FASE 3

#### VALUTAZIONE E DECISIONE

*Raccolta dati clinici e di soddisfazione. Analisi dei costi/benefici. Decisione sull'estensione del servizio.*

## INSIGHT DALL'INTERVISTA

“

"Ho sempre avuto una vena molto creativa e **molto imprenditoriale**... ho preferito poi creare quella che fosse **la mia realtà**."

"Volevamo **fare di più** e quindi entrare proprio a pieno titolo nel tessuto sociale."

"L'idea è che si crei un **circolo virtuoso** tra noi e la popolazione che sosteniamo."

"Il benessere non è solo star meglio con se stessi, ma essere **integrati** col contesto sociale."



# *Ringraziamenti e Fonti*

Team CIROLA

*Damiano Pinto, Valerio Pescosolido, Jennifer Olaru, Asia Sarra*

## **DOCENTI**

*Prof. Gennaro Iasevoli, Prof.ssa Valentina Cucino  
Dott.ssa Francesca Andronico e a tutta l'equipe dell'Associazione  
Psiche Balduina ETS per la disponibilità e la preziosa collaborazione.*

*Università LUMSA*

## **FONTI DOCUMENTALI**

*Atto Costitutivo e Statuto (04/11/2024)  
Iscrizione al RUNTS (06/02/2025)  
Bilancio Consuntivo 2024  
Verbale Assemblea Soci e Bilancio Preventivo 2025 (16/04/2025)  
Documentazione "Progetto Scuola: Vivere l'Infanzia Felici"  
Scheda di valutazione Ente/Struttura.*

## **FIELD RESEARCH**

*Intervista diretta con la Dott.ssa  
Francesca Andronico, Presidente  
dell'Associazione Psiche Balduina ETS*