

PROBLEMATICHE * Possibili collaborazioni tra realtà del profit e del non profit in diversi settori, ma le intese stentano a decollare

Quel difficile incrocio domanda-offerta

Le associazioni faticano a trovare nuovi volontari e imprese in grado di affiancarle non soltanto sotto il punto di vista economico

Elaborare progetti, entrare a fare parte di una rete e procurarsi i finanziamenti superando la logica della donazione o della dipendenza dai fondi pubblici. Sono tre sfide cruciali per l'evoluzione del settore non profit italiano. E in questa direzione vanno alcune iniziative nate negli ultimi anni, che affiancano agli enti non lucrativi figure e competenze di tipo manageriale, spesso per creare partnership tra le organizzazioni attive nel sociale e le imprese.

È il caso della Borsa dei progetti sociali (si veda il servizio a lato) e anche del Progetto Marco Polo, promosso dalla Federazione dell'impresa sociale della Compagnia delle Opere, con finanziamenti del ministero del Lavoro. Obiettivo dell'iniziativa (rivolta alle organizzazioni socio Fis-Cdo) è guidare gli enti non profit verso una maggiore capacità di autofinanziamento. «Il terzo settore in Italia — spiega il presidente di Fis-Cdo Antonio Mandelli — è imperniato da un lato su poche grandi organizzazioni con caratteristiche "imprenditoriali", dall'altro su piccole realtà di puro volontariato. A differenza di quanto succede nel mondo anglosassone, gli enti non profit ricorrono poco al *fund raising* sistematico come leva dello sviluppo. Ma oggi l'erogazione di fondi pubblici è in continua diminuzione e anche le ultime leggi, come la "Più dai meno versi", agevolano i contributi privati».

● **Attività complesse.** Spesso, nelle piccole organizzazioni, mancano persone in grado di occuparsi di attività complesse come la comunicazione e il *corporate fund raising*, ovvero la raccolta fondi attraverso la partnership tra un'impresa profit e un'impresa sociale. E manca anche una capacità manageriale che si traduca in progettualità e possibilità di accesso al credito: «A volte — continua Mandelli — chi gestisce un ente non profit lamenta genericamente la carenza di fondi, ma non sa di quale tipo di capitale ha bisogno. E spesso riceve un trattamento inadeguato dagli istitu-

ti di credito, anche se il tasso di default degli enti del terzo settore è nettamente inferiore a quello di molte imprese. C'è bisogno di una crescita culturale su ambedue i fronti».

Eppure, non sono pochi i settori in cui l'impresa sociale può collaborare con l'impresa profit: «Il terzo settore — spiega ancora Mandelli — può proporre servizi alle aziende, offrire lavoro nel campo delle attività industriali, o, essendo a contatto diretto con determinati bisogni, proporre progetti sociali che l'impresa profit comprende e decide di sostenere».

● **Il reclutamento.** La comunicazione delle attività e dei bisogni è un'esigenza chiave delle organizzazioni non profit anche per il "reclutamento" del personale. Un problema, questo, ai vertici di un'ideale classifica, come è dimostrato da una rilevazione condotta in diverse aree del Paese contenuta nella sintesi del Rapporto biennale sul volontariato 2005. Ne emerge che il 62,9% delle associazioni individua nel numero più alto di volontari uno dei bisogni maggiormente percepiti. «E la quota di volontari acquisiti — osserva Renato Frisanco, responsabile del settore studi e ricerche della Fondazione italiana per il volontariato — è vista come l'indicatore numero uno tra quelli che testimoniano la validità dell'attività svolta».

Ora come ora, a un numero crescente di associazioni si oppone un numero minore di ore medie per volontario. E solo un terzo delle realtà coinvolte nella rilevazione citata — aggiunge Frisanco — riesce a incrementare l'organico. «Si distinguono le organizzazioni più efficienti, con un indice di vitalità elevato: quelle che fanno progetti, non dipendono dai finanziamenti pubblici pur collaborando con il pubblico e con altri soggetti del territorio, selezionano i nuovi iscritti e li valorizzano con un inserimento graduale e guidato».

GIACOMO BAGNASCO

g.bagnasco@ilsole24ore.com

VALENTINA MELIS

v.melis@ilsole24ore.com

L'organico
aumenta
solo nel 33%
dei casi



PARTNERSHIP

Alla Borsa dei progetti il listino delle opportunità

Vengono selezionate le idee
che implicano vantaggi reciproci

Sei partnership avviate tra imprese ed enti non profit, 85 progetti in cerca di finanziamento, contatti con 70 aziende. Con questi numeri la Borsa dei progetti sociali sta per celebrare il primo compleanno: nella consapevolezza che gli accordi conclusi finora non sono molti e nella convinzione che il lavoro portato avanti possa portare presto frutti più consistenti. Nata a maggio 2005, la Borsa dei progetti sociali è un'iniziativa promossa dall'Alta scuola impresa e società dell'Università Cattolica (Altis) e finanziata dalla Regione Lombardia (che ha messo a disposizione, per il primo anno, 110mila euro) insieme con la Federazione lombarda delle banche di credito cooperativo.

L'obiettivo, molto semplicemente, è offrire un punto d'incontro a imprese ed enti non profit per pro-

muovere e finanziare progetti sociali. Il luogo ideale di questo incontro, a parte l'attività di formazione e sensibilizzazione che viene

svolta dallo staff della Borsa nei confronti degli enti del terzo settore e dei manager delle aziende, è il sito Internet www.borsaprogettisociali.it.

«L'iter. «Il progetto di ogni organizzazione che cerca un finanziamento — spiega Frank Cinque, direttore generale della Borsa — è sottoposto a un iter di validazione ed è presentato sul sito solo dopo aver acquisito una formulazione chiara, con tutte le informazioni che servono ai potenziali finanziatori». In effetti, le schede degli 85 progetti "sociali" presenti sul sito descrivono in maniera dettagliata le finalità dell'iniziativa, i suoi elementi innovativi, i costi previsti, i fabbisogni connessi, l'indicazione delle aziende a cui l'ente proponen-

te vuole rivolgersi.

«Solo a questo punto — continua Cinque — una piccola équipe "commerciale" contatta le aziende, presenta la Borsa dei progetti sociali e le iniziative da finanziare, tenendo conto anche delle esigenze dell'impresa e dei vantaggi che potrebbe conseguire, secondo la nostra logica, che è quella del *win-win*. Solo se l'attività sociale entra a far parte della strategia aziendale, la partnership può durare nel tempo e comportare vantaggi per ambedue gli enti coinvolti.

«I vantaggi. Ma quali sono i benefici per le imprese? Gli esempi non mancano, secondo Frank Cinque, che ha un passato nella direzione vendite in aziende degli Usa, sua terra d'origine: «A parte la deducibilità fiscale delle donazioni — spiega — se un'azienda che produce computer e software cede attrezzature al Ban-

co informatico Onlus, evita di occuparsi della "rottamazione" del materiale e nello stesso tempo promuove i suoi prodotti. Se una compagnia assicurativa collabora con un

ente che lavora al fianco di persone disabili, questo intervento le consente di attivare una rete di conoscenze che non avrebbe mai avuto altrimenti».

Le offerte di collaborazione da parte delle aziende, sul sito della Borsa dei progetti sociali, sono meno numerose rispetto alle proposte degli enti non profit. «Questo —

conclude il direttore generale della Borsa — perché con le imprese preferiamo attivare un contatto personale, ma la disponibilità da parte loro, secondo la nostra esperienza di questi mesi, c'è».

V.M.E.



LE VOSTRE SEGNALAZIONI
volontariato@ilsolo24ora.com



Da un anno. La Borsa dei progetti sociali è nata a maggio 2005 su iniziativa di Altis, l'Alta scuola impresa e società dell'Università Cattolica (nella foto la sede centrale dell'ateneo, a Milano) ed è finanziata dalla Regione Lombardia insieme con la Federazione lombarda delle banche di credito cooperativo (Fotogramma)

FORME DI CONTATTO

Supermarket delle proposte

L'idea è chiara: mettere in rete sportelli di orientamento già in funzione per fornire agli aspiranti volontari un panorama completo delle opportunità esistenti nella provincia in cui vivono. A istituire questa struttura, nel giugno 2004, è stato il Ciessevi (Centro servizi per il volontariato) di Milano.

L'anno scorso vi si sono rivolte 2.020 persone, con una prevalenza femminile (59%). La quota dei giovani interessati, come si vede nel grafico a lato, è alta: in particolare, il 37% si colloca tra i 18 e i 29 anni. L'area

sociale e sanitaria attira il 51% dei soggetti, seguita dalla tutela dell'ambiente e del patrimonio artistico (26%) e dal volontariato internazionale (23%).

Attualmente gli sportelli, ribattezzati punti di promozione del volontariato e indicati sul sito www.ciessevi.org, sono nove. A parte il Movi, che si occupa di orientamento al volontariato in genere, rappresen-

tano diverse aree: si va da Legambiente alla Caritas, da Antea e Auser (tematiche legate agli anziani) allo sportello congiunto Uisp-Csi-Usacii per lo sport, senza dimenticare Aibi (infanzia), Celim (progetti per il Sud del mondo) e Anffas (sostegno ai disabili). Si forniscono informazioni, orientamento e accompagnamento.

«Aiutare gli aspiranti volontari a valutare le proprie possibilità e a fare una scelta — commenta Graziamaria Dente, consigliere Ciessevi delegato alla promozione del volontariato — è il fulcro dell'azione di

Forte interesse dei giovani per i punti di promozione istituiti dal Ciessevi Milano

orientamento, affidata a persone con specifiche capacità. Ora si punta a formare ulteriormente gli addetti ai punti di promozione sul fronte dell'accompagnamento: tramite il contatto con le organizzazioni alle quali vengono inviate le persone, vorremo seguirne meglio il percorso iniziale e verificare se l'inserimento è riuscito».

G.I.B.A.

L'impegno in banca dati

Milleseicento privati cittadini e oltre 80 associazioni costituiscono il "bottino" del Res — il Registro della solidarietà istituito dal Comune di Roma in partnership con Isma, una Ipb cittadina — nel primo mese e mezzo di attività.

«L'obiettivo — premette Enrico Serpieri, coordinatore dell'iniziativa — è quello di sollecitare le disponibilità e incrociarle con le esigenze che si manifestano. Dopo la risposta data da singoli e aziende in occasione di grandi eventi, come i funerali di Papa Giovanni Paolo II un anno fa, si tratta di far convergere queste risorse anche a favore di associazioni di volontariato. Non è indispensabile un impegno continuativo e massiccio: basta essere pronti a dare una mano una volta alla settimana, una volta al mese o solo in determinate circostanze».

Il contatto avviene chiamando lo 06.0606 (basta chiedere di essere collegati con il call center del Res) o iscrivendosi tramite il sito

Il Registro della solidarietà fa incontrare a Roma aziende, cittadini e sodalizi

Internet www.res.roma.it. Le risposte a una serie di quesiti consentono di inserire i nomi dei soggetti interessati in una banca dati (basata su un software fornito gratuitamente da Microsoft) e suddividerli secondo le capacità, per poterli chiamare tempestivamente in caso di necessità. «Tra le persone che si sono iscritte — sottolinea con soddisfazione Serpieri — l'87% non ha precedenti esperienze di volontariato. Oltre il 20% si colloca tra i 20 e i 30 anni».

Una parte del software è dedicata alle aziende intenzionate a fornire servizi o effettuare donazioni per sostenere progetti di solidarietà. «Puntiamo soprattutto — conclude il coordinatore del Res — a far incontrare piccole realtà di volontariato (che faticano anche a reperire somme modeste) e piccole imprese, che non possono permettersi di stanziare grandi cifre ma vorrebbero dare un aiuto ad attività legate al sociale».

G.I.B.A.

Il punto

6

LE PARTNERSHIP AVVIATE

Le collaborazioni avviate fino ad ora grazie alla consulenza e all'intermediazione della Borsa dei progetti sociali sono quelle tra Editrice La Scuola e Teatro Telaio, Serco-Microsoft e Banco Informatico, Jti e associazione culturale Obiettivo Città, aziende della grande distribuzione organizzata e Banco alimentare Onlus, Novartis e Avsi, Auchan e Fondazione Canossiana

85

I PROGETTI SOCIALI DELLE ONP

Ci sono attività a favore dell'infanzia e delle persone con disabilità, di promozione culturale e musicale, iniziative a favore dei Paesi in via di sviluppo, tra gli 85 progetti in attesa di finanziamento raccolti dalla Borsa dei progetti sociali. L'elenco si trova su Internet all'indirizzo www.borsaprogettisociali.it

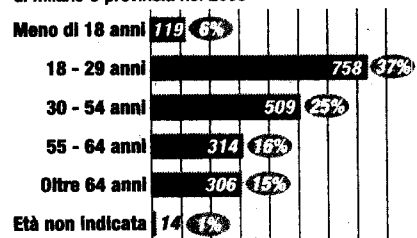
70

LE AZIENDE CONTATTATE

Lo staff della Borsa dei progetti sociali ha promosso incontri di sensibilizzazione e formazione anche nelle aziende, per diffondere la conoscenza dei progetti in attesa di finanziamento e promuovere una "strategia sociale" nell'attività commerciale svolta dall'impresa

Gli aspiranti

Suddivisione per fasce d'età delle persone che si sono rivolte ai punti di promozione del volontariato di Milano e provincia nel 2005



Fonte: Ciessevi Milano

In controtendenza. Le organizzazioni di volontariato rilevano a livello nazionale, un impegno in calo da parte delle nuove generazioni. Ma i dati diffusi dal Ciessevi del capoluogo lombardo lasciano spazio a prospettive un po' più incoraggianti. Nel 2005, infatti, tra le oltre 2mila persone desiderose di impegnarsi nel mondo del volontariato che si sono rivolte alla rete di sportelli di Milano e provincia, la fascia di età più rappresentata è quella tra i 18 e i 29 anni, con il 37%, mentre un 6% è ancora più giovane.