

# Come attivare le risorse nella comunità

**VICENZA, INSIEME SI PUO'**  
**Percorsi per un welfare di comunità**

**Martedì 5 Luglio 2016**

**Complesso Universitario**

**di Viale Margherita 87, Vicenza**

**ore 14.30\18.30**



# Qual è l'obiettivo dell'azione delle ONP e della P.A.?



~~UN~~ACCETTABLE



**L'assunto di partenza:**

**Non è accettabile che comunità ricche come le nostre, non riescano a trovare quelle “poche” risorse necessarie a risolvere questioni basilari;**

**Cosa serve per fare per perseguire questo/i?**

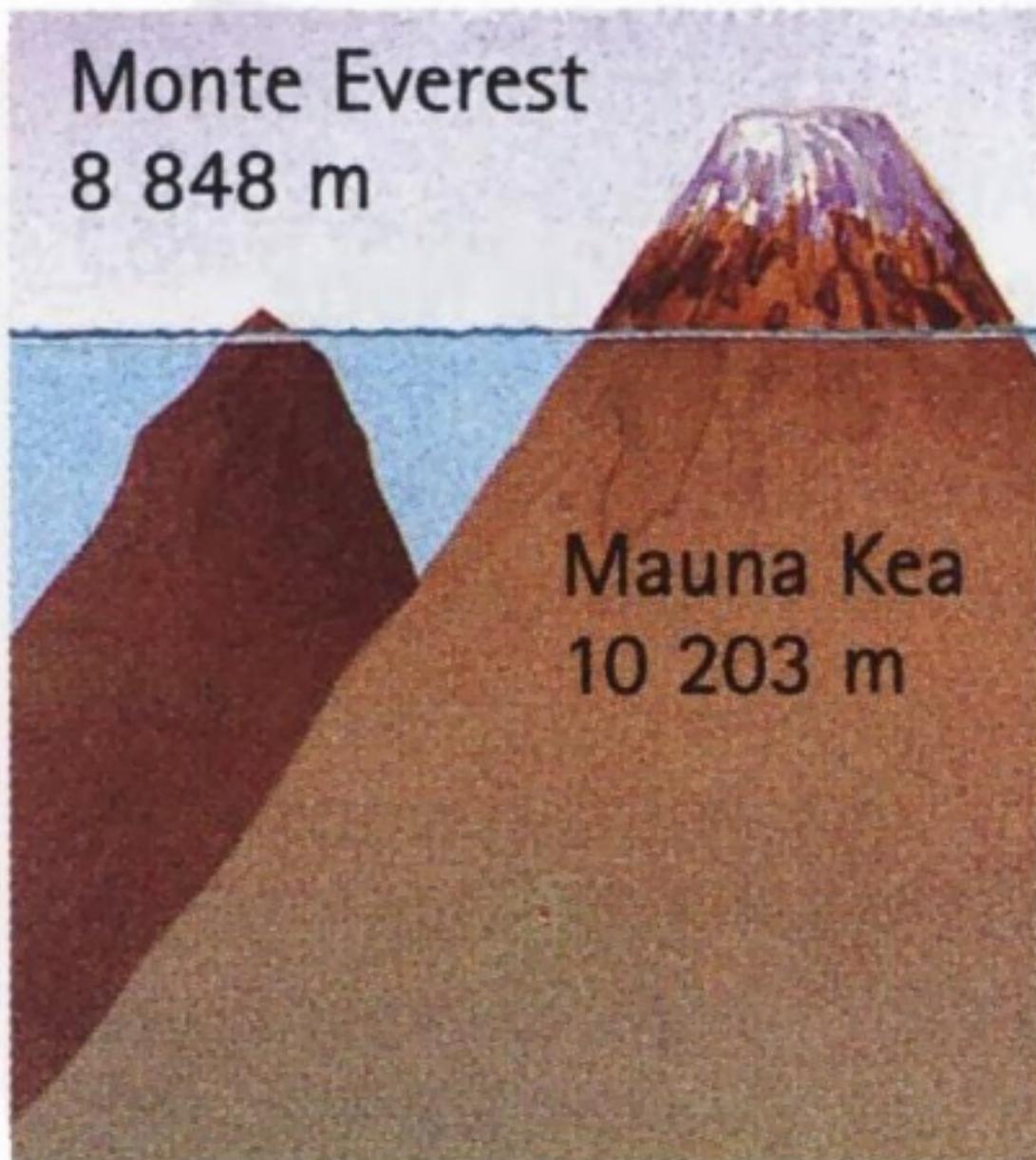
**Competenze**

**Tempo**

**€uro**



**relazioni**



*Un punto di vista diverso:*

**Qual è il monte più  
alto del nostro  
pianeta?**

# Dove sono queste risorse? nella società/comunità privata



# Qualche numero...

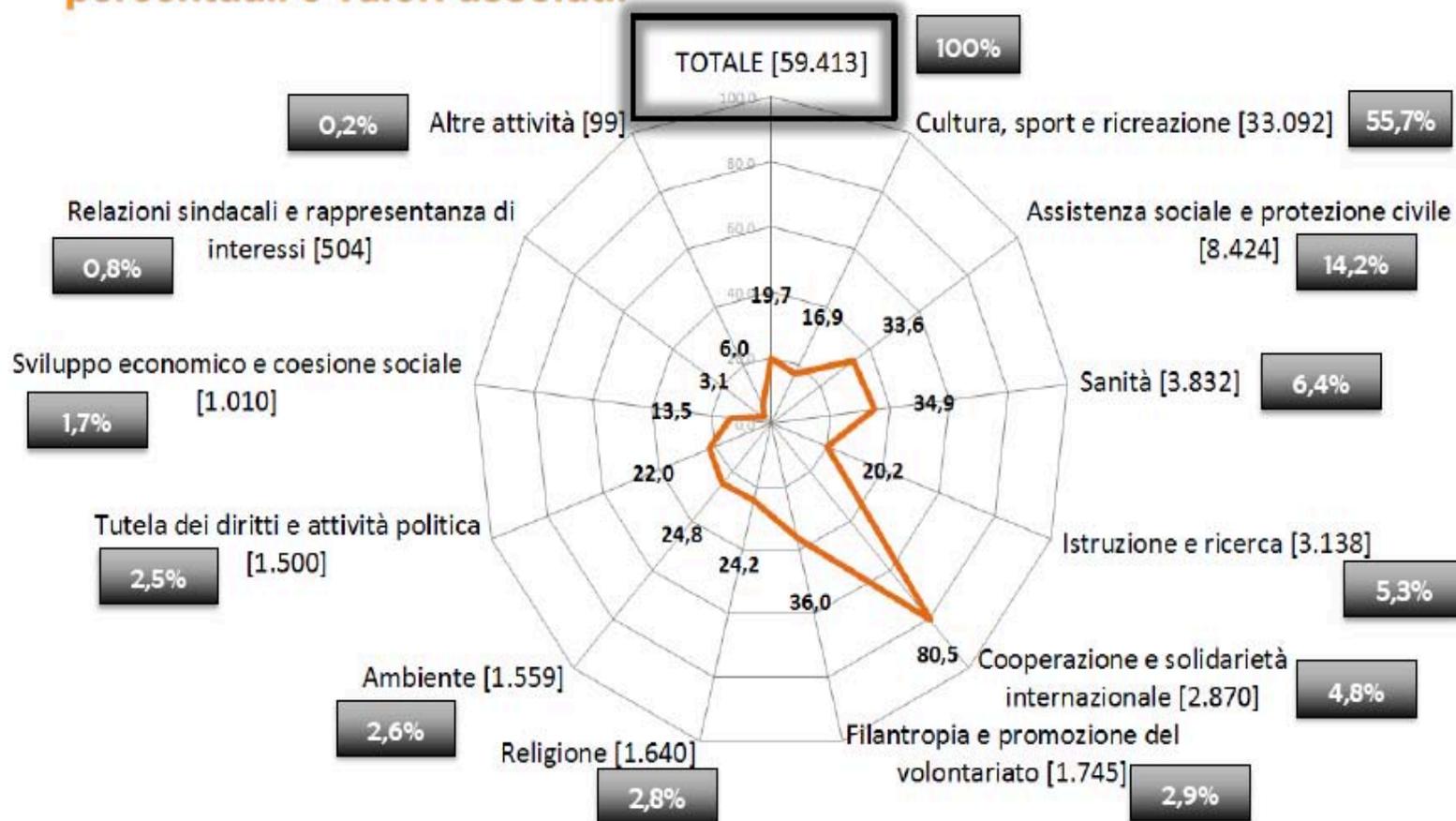
## Istituzioni non profit ed entrate per classi di entrate

Classi di entrata	Istituzioni		Entrate in migliaia di euro		Dimensione media
	valori assoluti	%	valori assoluti	%	
0 - 5.000 euro	99.801	33,1	192.949.985	0,3	1.933
5.001 - 10.000 euro	38.589	12,8	286.026.975	0,4	7.412
10.001 - 30.000 euro	64.793	21,5	1.178.687.955	1,8	18.192
30.001 - 60.000 euro	32.855	10,9	1.411.192.015	2,2	42.952
60.001 - 100.000 euro	19.296	6,4	1.500.427.085	2,3	77.758
100.001 - 250.000 euro	22.212	7,4	3.540.565.646	5,5	159.399
250.001 - 500.000 euro	10.079	3,3	3.530.424.966	5,5	350.275
500.001 euro e più	13.566	4,5	52.299.609.816	81,8	3.855.198
<b>Totale</b>	<b>301.191</b>	<b>100,0</b>	<b>63.939.884.443</b>	<b>100,0</b>	<b>212.290</b>

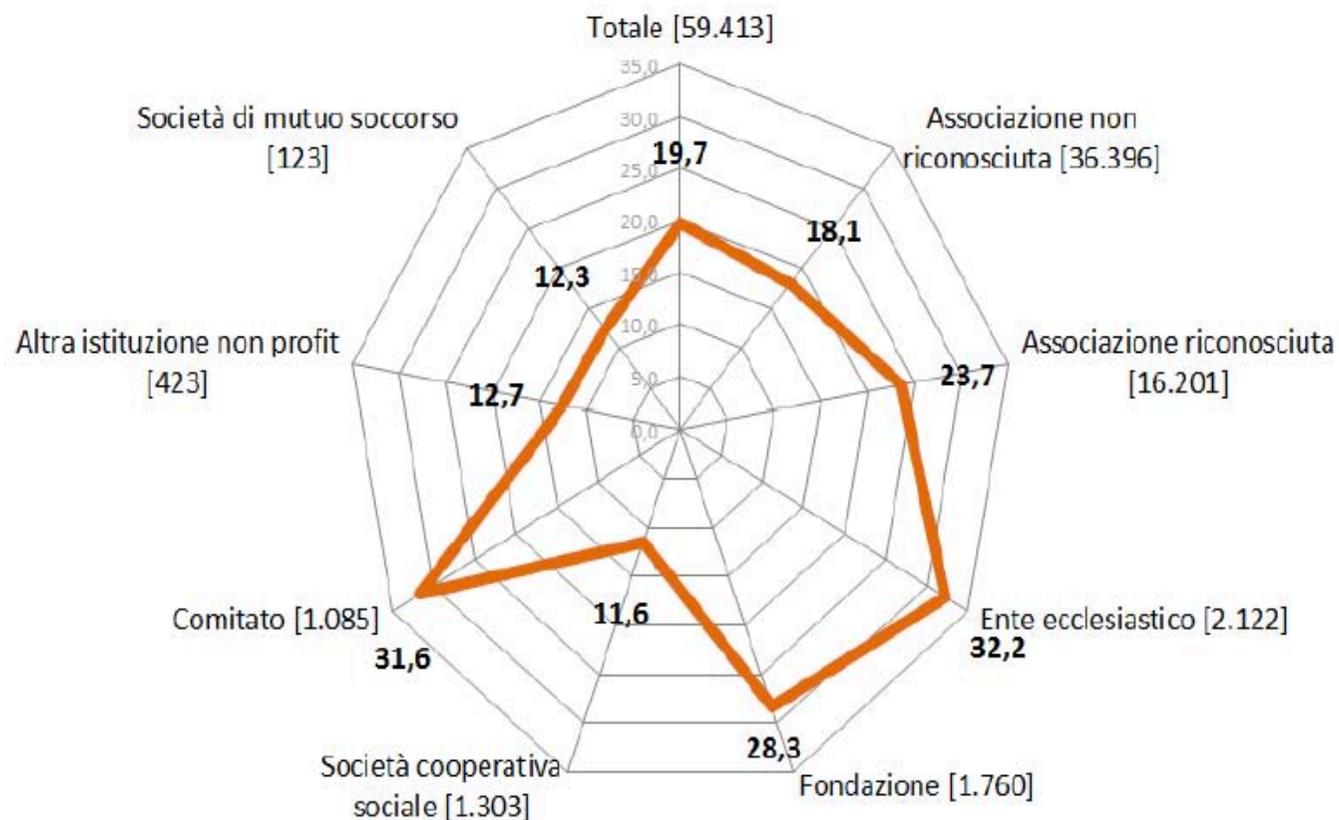
## Istituzioni per regione e raccolta fondi, valori percentuali e valori assoluti.

Regioni	Raccolta fondi		Nessuna raccolta		Totale	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Lombardia	1.2163 [20,5%]	26,4	33.978	73,6	46.141,0	100,0
Veneto	6.716 [11,3%]	23,2	22.182	76,8	28.898,0	100,0
Emilia-Romagna	6.093 [10,3%]	24,3	19.023	75,7	25.116,0	100,0
Piemonte	5.449 [9,2%]	21,0	20.513	79,0	25.962,0	100,0
Toscana	5.158 [8,7%]	21,6	18.741	78,4	23.899,0	100,0
Lazio	3.758 [6,3%]	15,8	20.095	84,2	23.853,0	100,0
Sicilia	1.979 [3,3%]	10,0	17.867	90,0	19.846,0	100,0
Marche	1.947 [3,3%]	18,2	8.729	81,8	10.676,0	100,0
Puglia	1.945 [3,3%]	12,9	13.160	87,1	15.105,0	100,0
Liguria	1.889 [3,2%]	20,0	7.572	80,0	9.461,0	100,0
Friuli-Venezia Giulia	1.846 [3,1%]	18,5	8.156	81,5	10.002,0	100,0
Campania	1.742 [2,9%]	12,0	12.730	88,0	14.472,0	100,0
Provincia Autonoma Bolzano	1.488 [2,5%]	30,2	3.439	69,8	4.927,0	100,0
Sardegna	1.396 [2,3%]	14,5	8.220	85,5	9.616,0	100,0
Provincia Autonoma Trento	1.293 [2,2%]	24,1	4.078	75,9	5.371,0	100,0
Abruzzo	1.292 [2,2%]	17,8	5.969	82,2	7.261,0	100,0
Umbria	1.253 [2,1%]	20,1	4.996	79,9	6.249,0	100,0
Calabria	1.003 [1,7%]	12,6	6.960	87,4	7.963,0	100,0
Basilicata	469 [0,8%]	14,5	2.769	85,5	3.238,0	100,0
Molise	320 [0,5%]	17,6	1.496	82,4	1.816,0	100,0
Valle d'Aosta	214 [0,4%]	16,2	1.105	83,8	1.319,0	100,0
<b>Italia</b>	<b>59.413 [100%]</b>	<b>19,7</b>	<b>241.778</b>	<b>80,3</b>	<b>301.191</b>	<b>100,0</b>

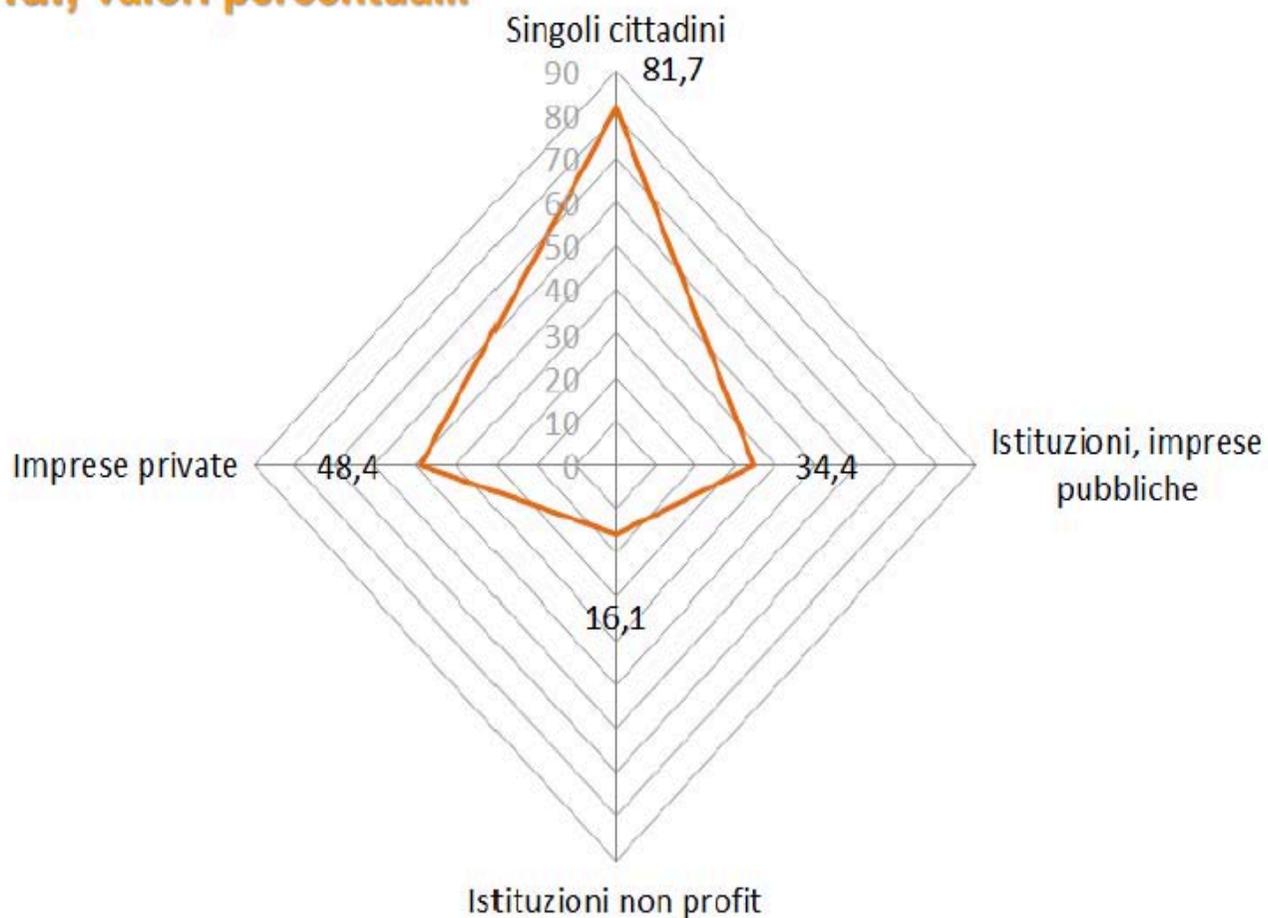
## Istituzioni per settore di attività e raccolta fondi, valori percentuali e valori assoluti.



## Istituzioni per forma giuridica e raccolta fondi, valori percentuali e valori assoluti.



## Istituzioni per tipologia di contatti diretti per raccolta fondi, valori percentuali.



## Istituzioni per classi di entrata e modalità raccolta fondi, valori percentuali e valori assoluti.

Periodo di assunzione della forma giuridica	Mezzi di comunicazione di massa	Internet	Organizzazione di eventi e/o manifestazioni pubbliche	Vendita di beni e/o prodotti	Contatto diretto	Altra raccolta fondi
0 - 5.000 euro	3,9	8,3	49,3	15,9	59,6	1,0
5.001 - 10.000 euro	4,2	8,5	55,9	16,8	60,4	0,7
10.001 - 30.000 euro	4,6	9,3	58,5	18,6	60,9	0,8
30.001 - 60.000 euro	5,7	10,9	60,7	20,5	62,7	0,8
60.001 - 100.000 euro	6,9	13,1	60,8	19,4	63,7	1,1
100.001 - 250.000 euro	8,7	15,9	58,5	21,4	64,0	1,7
250.001 - 500.000 euro	11,1	20,4	55,6	19,9	66,3	2,2
500.001 euro e più	19,9	33,7	55,0	19,9	68,3	4,5
<b>Totale</b>	<b>6,1</b>	<b>11,7</b>	<b>56,2</b>	<b>18,4</b>	<b>61,9</b>	<b>1,2</b>

□ Dati sul fundraising in Italia nel 2014

**Privati:**

**11,5 Mld di euro** di cui:

- 4.584** miliardi donazioni individuali
- 2,6** miliardi offerte alle parrocchie
- 4.372** miliardi altre donazioni private

**Aziende:**

**700 milioni di euro di cui**

- 380** ml in solidarietà
- 120** ml iniziative culturali
- 200** ml da fondazioni di impresa

**Fondazioni bancarie**

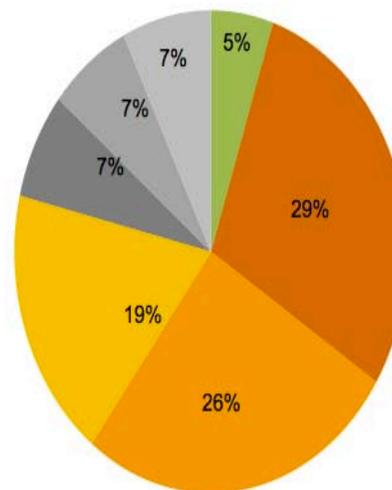
886 milioni di €

(Fonte: Vita, marzo 2015)

•L'ultimo censimento ISTAT\* ha rilevato che la composizione interna delle entrate delle singole organizzazioni non profit è così articolata:

- per il **66% è di origine privata**
- per il **34% è di origine pubblica**.
- solo il 7% deriva da contributi, offerte, donazioni e lasciti testamentari.

GRAFICO 3. Entrate per voci di bilancio. Valori percentuali. Anno 2011



- Sussidi e contributi a titolo gratuito da istituzioni pubbliche
- Proventi da contratti e/o convenzioni con istituzioni pubbliche
- Contributi annui aderenti
- Proventi derivanti dalla vendita di beni e servizi
- Contributi, offerte, donazioni e lasciti testamentari
- Proventi di origine finanziaria e patrimoniale
- Altri proventi di fonte privata

<b>Territorio</b>	Italia								
<b>Tipo dato</b>	uscite delle istituzioni non profit attive (euro)								
<b>Periodo di assunzione della forma giuridica</b>	tutte le voci								
<b>Tipo di attività economica</b>	tutte le voci								
<b>Uscite registrate nel bilancio/rendiconto</b>	totale								
<b>Tipologia di finanziamento prevalente</b>	tutte le voci								
<b>Orientamento dell'istituzione</b>	tutte le voci								
<b>Anno</b>	2011								
<b>Settore di attività prevalente non profit</b>	tutte le voci								
<b>Voci uscite</b>	oneri/spese per dipendenti	oneri/ spese per i collaboratori	rimborsi spese ai volontari	acquisti di beni e servizi	<b>sussidi, contributi ed erogazione a terzi</b>	oneri/spese derivanti dalla gestione finanziaria e patrimoniale	oneri tributari/imposte e tasse	altri oneri/spese	tutte le voci
<b>Forma giuridica</b>									
società cooperativa sociale	5.962.961.781,00	356.650.234,00	25.616.664,00	3.905.579.008,00	27.366.747,00	136.446.251,00	164.441.765,00	296.879.167,00	10.875.941.617,00
associazione riconosciuta	1.887.871.971,00	355.030.654,00	219.332.013,00	3.619.864.456,00	2.261.696.577,00	1.061.476.095,00	261.378.037,00	1.075.208.457,00	10.741.858.260,00
<b>fondazione</b>	3.188.207.727,00	214.955.011,00	9.109.024,00	3.643.602.329,00	<b>1.481.441.420,00</b>	764.220.859,00	204.912.565,00	444.245.399,00	9.950.694.334,00
ente ecclesiastico	2.682.060.654,00	47.626.884,00	10.094.526,00	2.048.606.120,00	174.984.073,00	133.358.393,00	201.329.612,00	472.502.159,00	5.770.562.421,00
società di mutuo soccorso	13.290.955,00	4.799.790,00	1.220.884,00	54.764.260,00	37.750.664,00	6.389.490,00	3.477.544,00	27.137.658,00	148.831.245,00
<b>associazione non riconosciuta</b>	2.550.009.800,00	729.999.177,00	605.208.421,00	6.985.907.088,00	<b>2.357.994.605,00</b>	320.963.237,00	355.893.173,00	2.037.241.236,00	15.943.216.737,00
comitato	37.451.816,00	5.102.061,00	4.632.664,00	114.666.683,00	23.899.911,00	6.314.479,00	4.035.431,00	21.703.709,00	217.806.754,00
altra istituzione non profit	1.210.965.871,00	127.513.614,00	9.890.256,00	1.488.168.327,00	413.796.618,00	139.070.448,00	70.950.040,00	286.846.985,00	3.747.202.159,00
<b>totale</b>	<b>17.532.820.575,00</b>	<b>1.841.677.425,00</b>	<b>885.104.452,00</b>	<b>21.861.158.271,00</b>	<b>6.778.930.615,00</b>	<b>2.568.239.252,00</b>	<b>1.266.418.167,00</b>	<b>4.661.764.770,00</b>	<b>57.396.113.527,00</b>



- **Quindi le associazioni riconosciute**

**+**

**Le associazioni non riconosciute**

**Erogano (in beneficenza dire e indiretta)**

**68,14% del totale**

- **Le fondazioni**

**Il 21,85% del totale**

- **Le altre Organizzazioni nonprofit**

**10,01%**

**Si, ma loro sono grandi,**

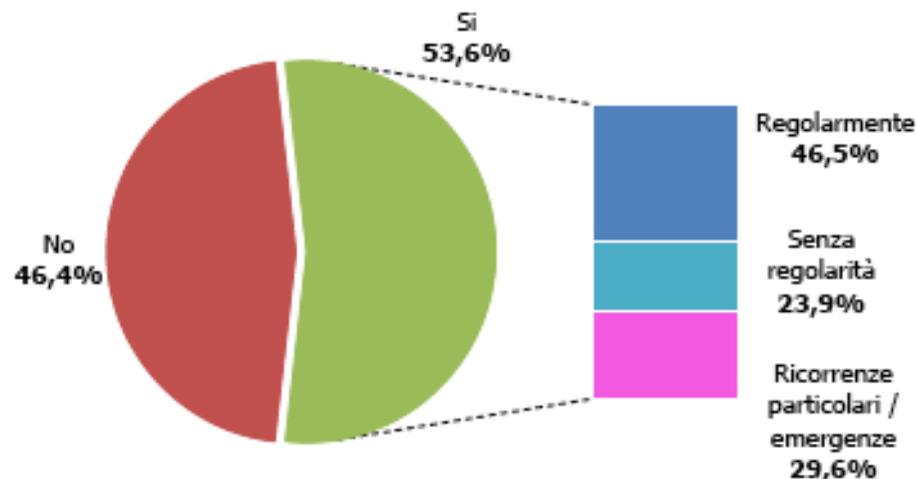
**qui non funziona...**

**La ricerca di Local Area Network – Luca Romano  
Settembre – dicembre 2015**



# Volontariato

Nel corso della sua vita ha mai svolto attività di volontariato?



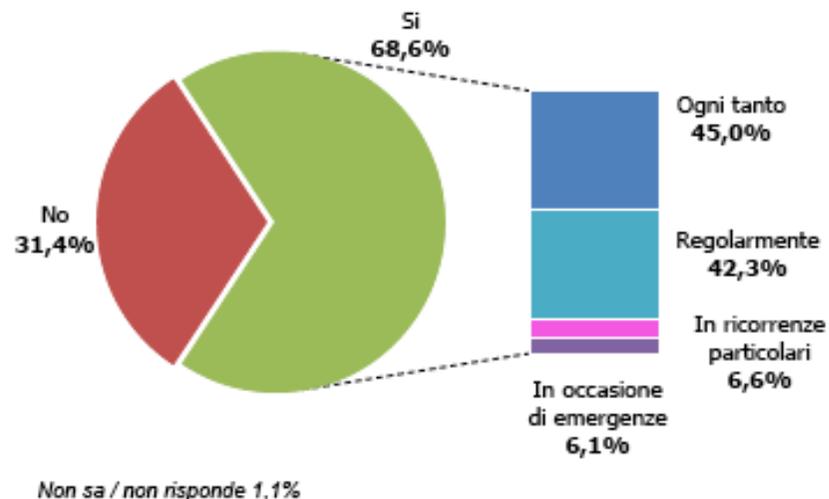
Non sa / non risponde 0,0%

		SI	NO	TOTALE
GENERE	Maschi	51,5%	48,5%	100,0%
	Femmine	55,8%	44,2%	100,0%
ETÀ	18 – 34 anni	64,4%	35,6%	100,0%
	35 – 49 anni	58,8%	41,2%	100,0%
	50 – 64 anni	50,8%	49,2%	100,0%
	65 e oltre	44,2%	55,8%	100,0%
AREA	Padova e cintura / Area colli	53,7%	46,3%	100,0%
	Alta Padovana	67,7%	32,3%	100,0%
	Bassa Padovana	51,8%	48,2%	100,0%
	Saccisica / Conselvano	40,8%	59,2%	100,0%
TITOLO STUDIO	Basso	44,3%	55,7%	100,0%
	Medio	52,7%	47,3%	100,0%
	Alto	76,1%	23,9%	100,0%

Elaborazioni ed interviste LAN

# Donazioni

Hai mai fatto una donazione in denaro a sostegno di onlus / associazioni o organizzazioni no-profit?



		SI	NO	TOTALE
GENERE	Maschi	68,3%	31,7%	100,0%
	Femmine	68,9%	31,1%	100,0%
ETÀ	18 – 34 anni	61,0%	39,0%	100,0%
	35 – 49 anni	68,3%	31,7%	100,0%
	50 – 64 anni	73,5%	26,5%	100,0%
	65 e oltre	69,9%	30,1%	100,0%
AREA	Padova e cintura / Area colli	73,4%	26,6%	100,0%
	Alta Padovana	76,7%	23,3%	100,0%
	Bassa Padovana	57,1%	42,9%	100,0%
	Saccisica / Conselvano	53,8%	46,2%	100,0%
TITOLO STUDIO	Basso	60,5%	39,5%	100,0%
	Medio	72,2%	27,8%	100,0%
	Alto	76,4%	23,6%	100,0%
CLASSE REDDITO	Meno di 15.000€	60,3%	39,7%	100,0%
	Da 15.000 € a 30.000 €	68,6%	31,4%	100,0%
	Da 30.000 € a 50.000 €	80,8%	19,2%	100,0%
	Oltre 50.000 €	76,9%	23,1%	100,0%

Elaborazioni ed interviste LAN



# Fundraising di prossimità

Sarebbe disposto a sostenere organizzazioni locali che operano a beneficio (anche) della sua comunità?



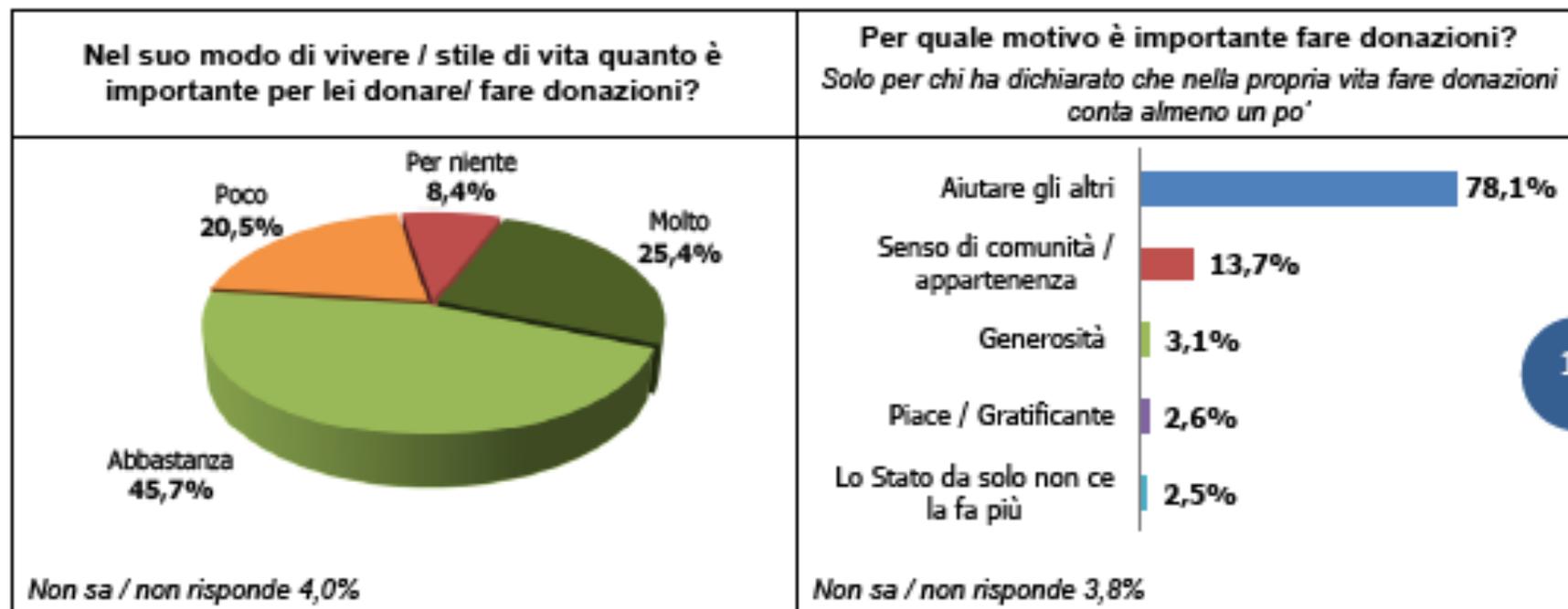
Non sa / non risponde 1,5%

		SI	NO	TOTALE
GENERE	Maschi	48,0%	52,0%	100,0%
	Femmine	55,3%	44,7%	100,0%
ETÀ	18 – 34 anni	84,0%	16,0%	100,0%
	35 – 49 anni	41,5%	58,5%	100,0%
	50 – 64 anni	76,7%	23,3%	100,0%
	65 e oltre	47,8%	52,2%	100,0%
TITOLO STUDIO	Basso	39,0%	61,0%	100,0%
	Medio	62,1%	37,9%	100,0%
	Alto	60,3%	39,7%	100,0%
AREA RESIDENZA	Padova e cintura / Area colli	50,4%	49,6%	100,0%
	Alta Padovana	56,1%	43,9%	100,0%
	Bassa Padovana	56,7%	43,3%	100,0%
	Saccisica / Conselvano	46,7%	53,3%	100,0%

Elaborazioni ed interviste LAN



# Perché dona?

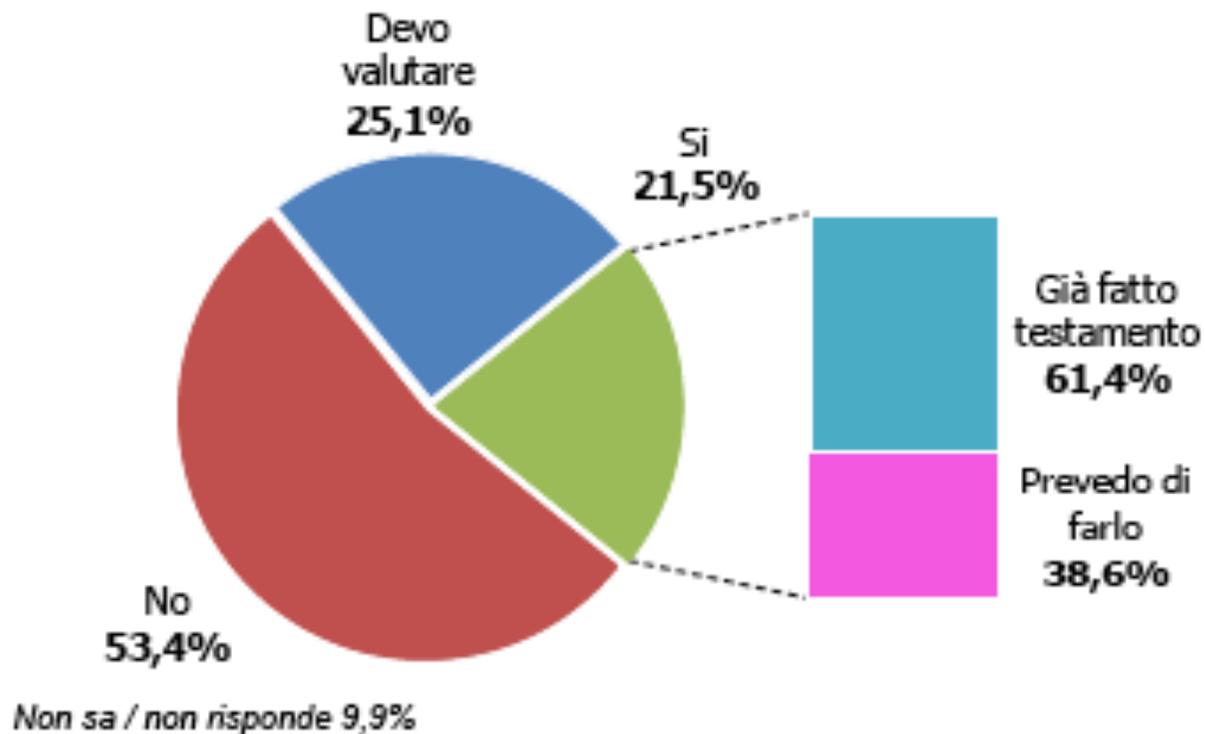


13

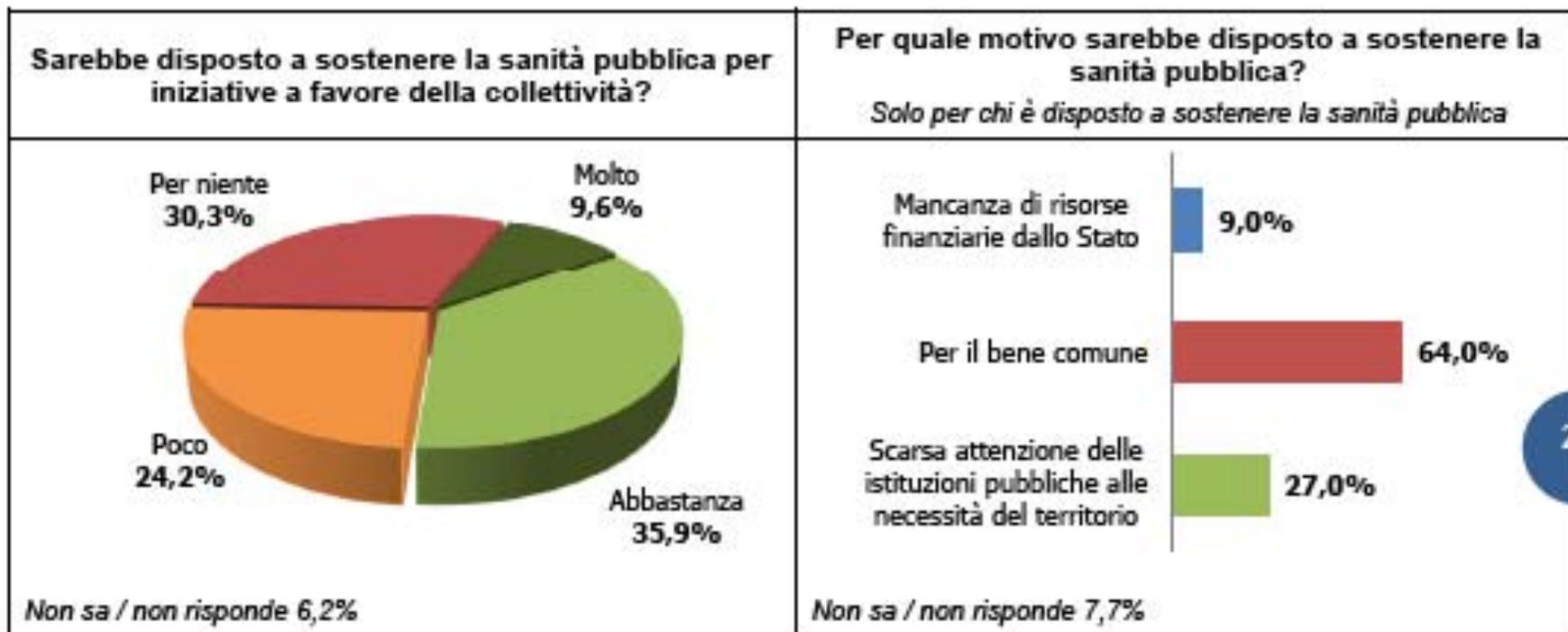
Elaborazioni ed interviste LAN

# LASCITI TESTAMENTARI

Ha fatto o prevede di fare testamento in futuro?



# BENE COMUNE



28

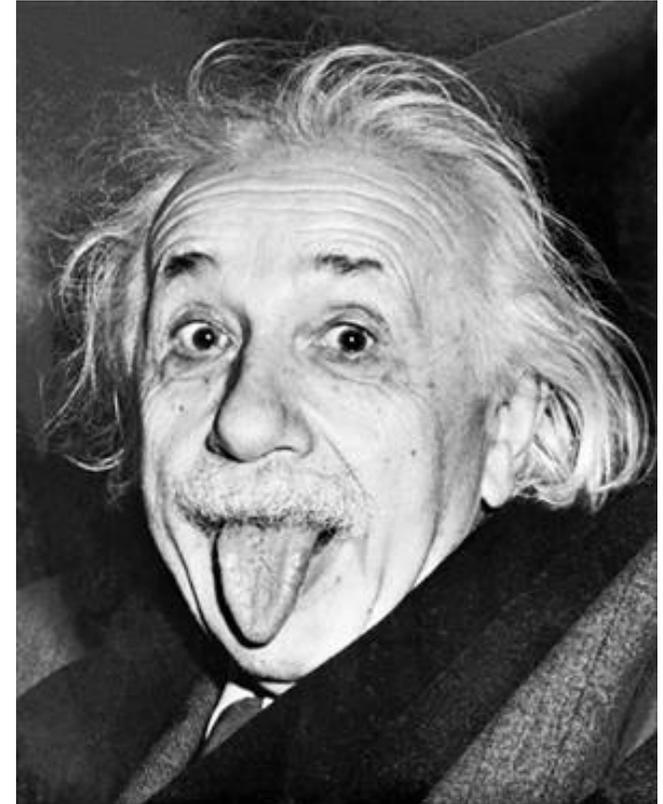
Elaborazioni ed interviste LAN

# Quindi?

**Innovare**  
=  
**Definire le priorità**  
+  
**Cambiare modo di lavorare**

*M. Magatti*

*“Follia è fare sempre la stessa cosa  
e aspettare risultati diversi.”*



**Come fare per  
attivare le risorse  
che ci sono,  
ma sono latenti?**



**Il dono è la chiave,  
nessun altro strumento  
sembra funzionare**



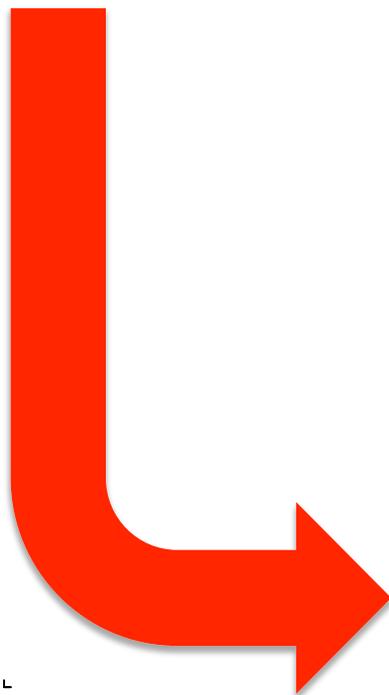
Quindi dobbiamo  
ripensare l'organizzazione  
delle comunità  
**ri-considerando** il dono



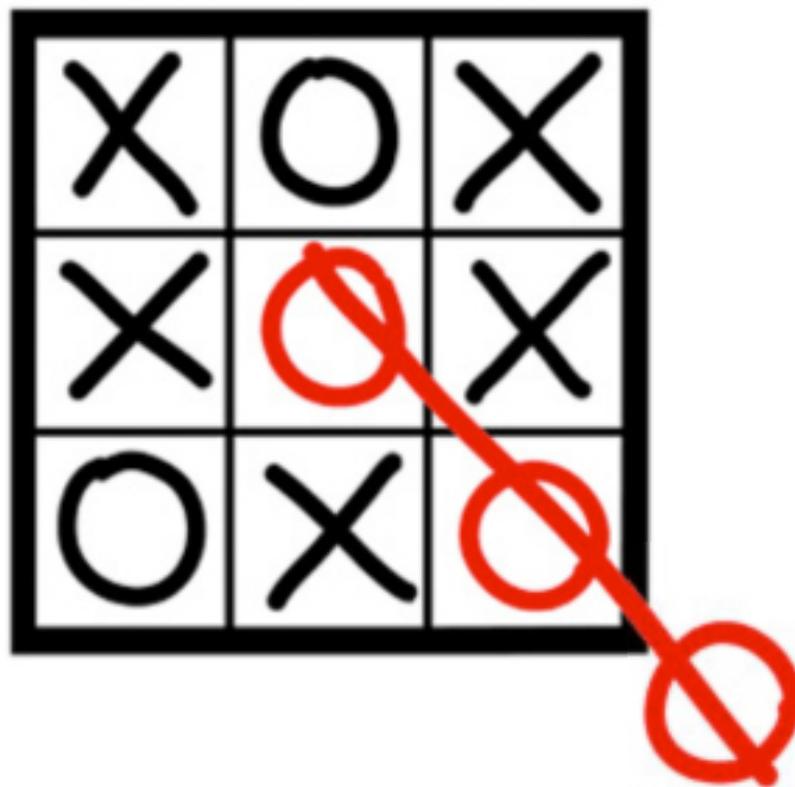


*Però gli operatori del settore sembrano disorientati da questi discorsi,  
noi pensiamo perché semplicemente richiede loro un modo diverso di porsi  
nei confronti di un interlocutore di cui parlano molto  
ma ascoltano e (a volte) sanno poco...*

Ma noi siamo  
fundraiser



**THINK  
OUTSIDE  
THE BOX**



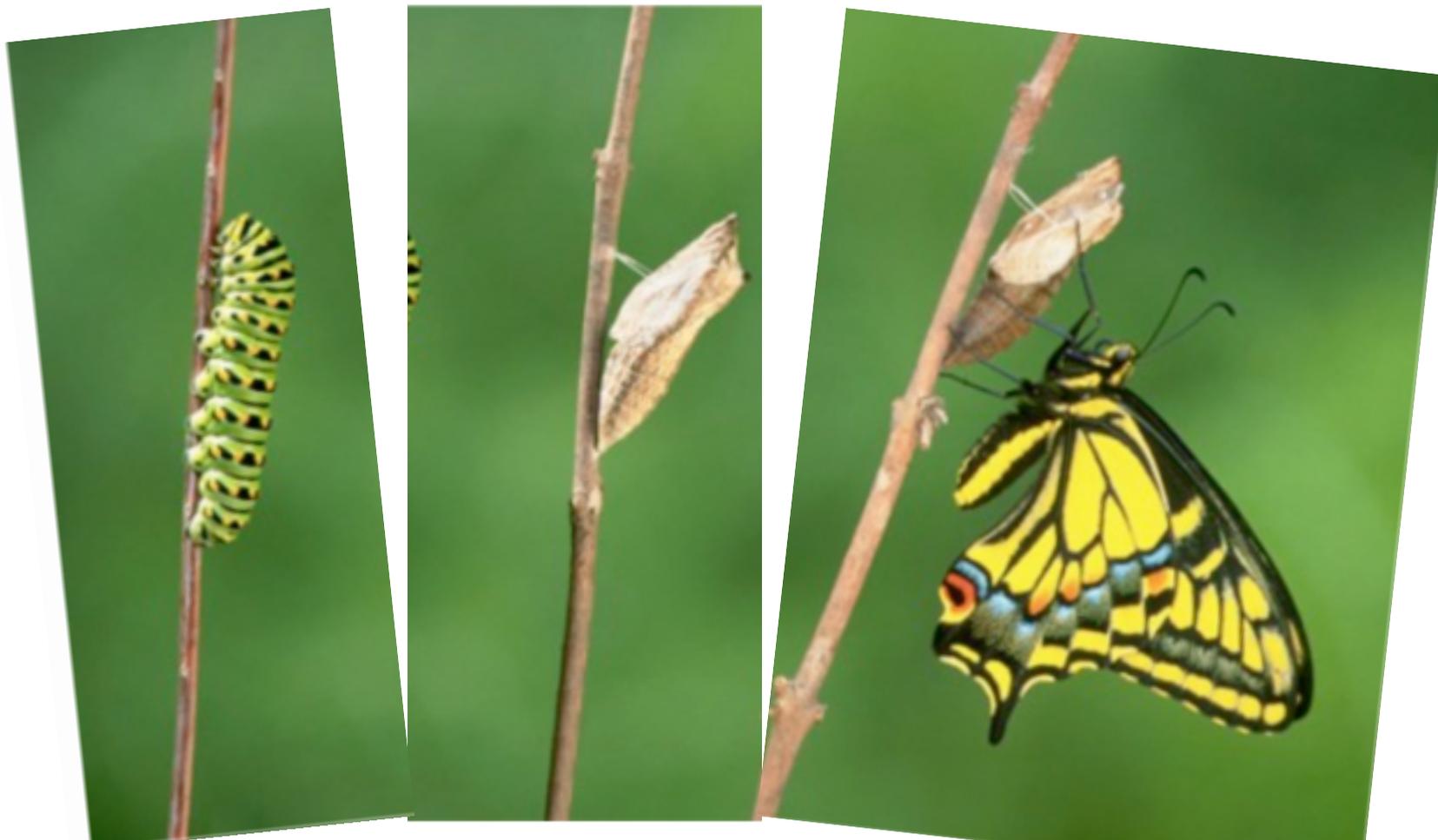
# Il fundraising è un modo per attivare/sollecitare il dono



“Il Fund Raising  
è la nobile arte  
di insegnare alle persone  
la gioia di donare”

*Henry Rosso*  
fondatore di The Fund Raising School  
Indiana University Center of Philantrpy

Quindi, il fundraising è :  
**uno strumento che può contribuire a  
trasformare le nostre comunità**



Attraverso quali canali “transitano” le donazioni

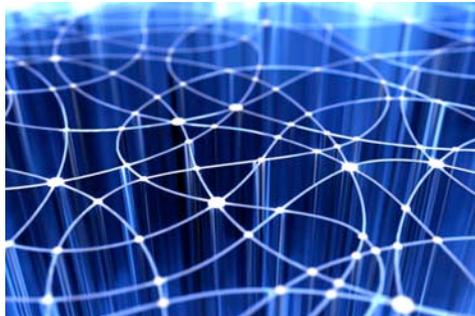
**L'importanza  
del capitale relazionale nel fundraising**

□

Il concetto di rete e di relazione nel progetto welfare in azione

La relazione: ~~strumento~~ o valore?

La rete =



**SISTEMA**

+



**VALORI**

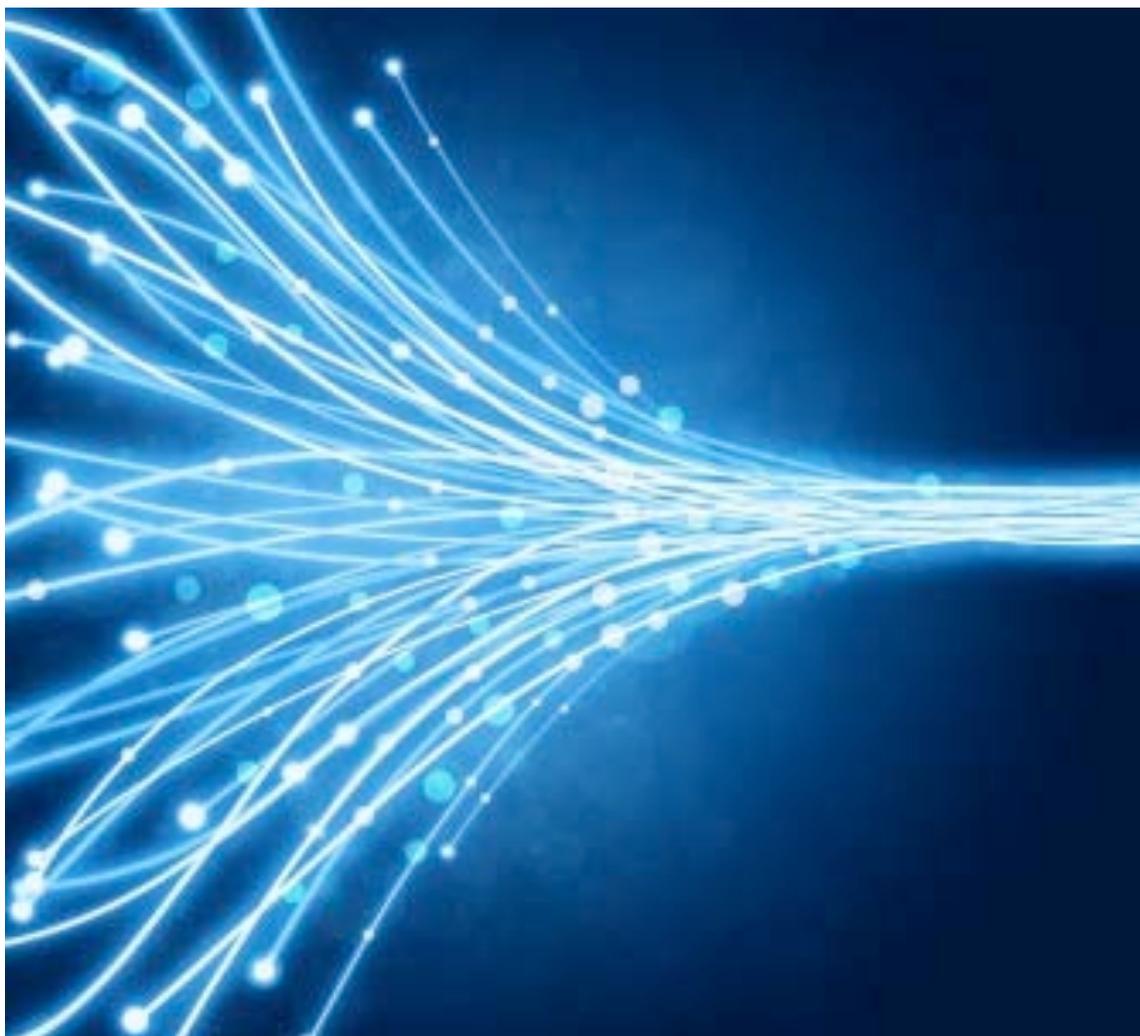
+



**CONDIVISO**

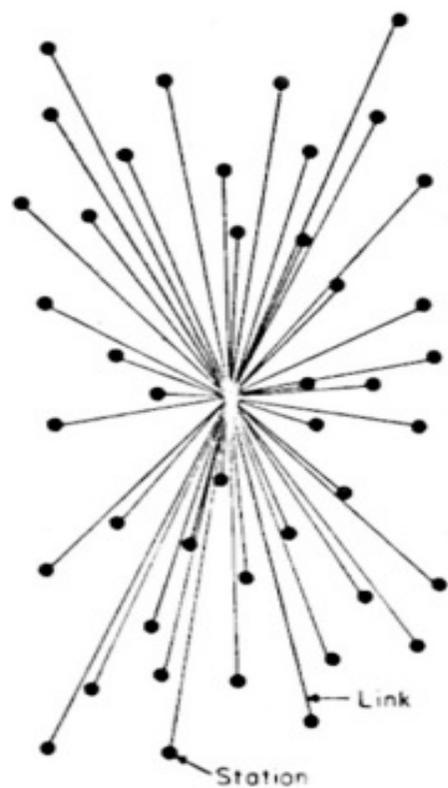
## Un modo per attivare e catalizzare risorse

**comunità**

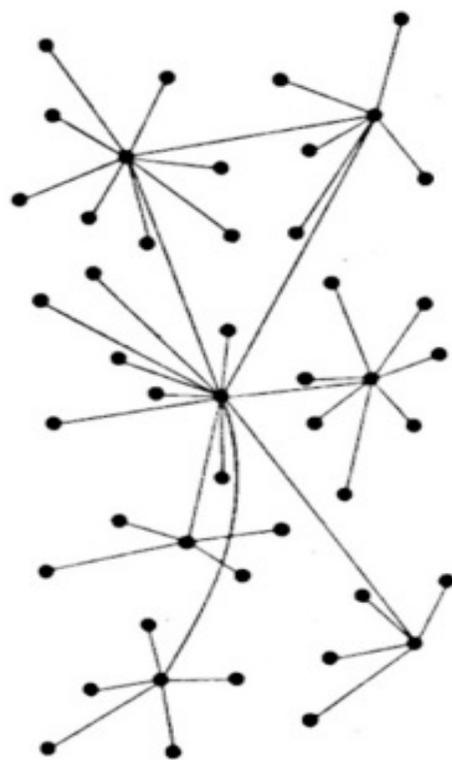


**bisogno - interesse**

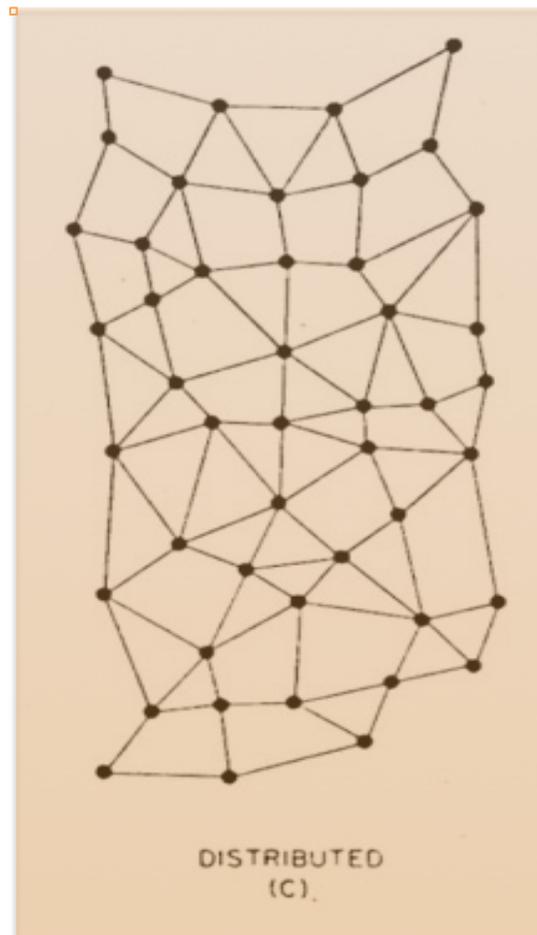
## E un nuovo modello di organizzazione del welfare



CENTRALIZED  
(A)



DECENTRALIZED  
(B)



DISTRIBUTED  
(C)

**Quali sono le reti relazionali di cui enti e persone sono potenzialmente portatori?**

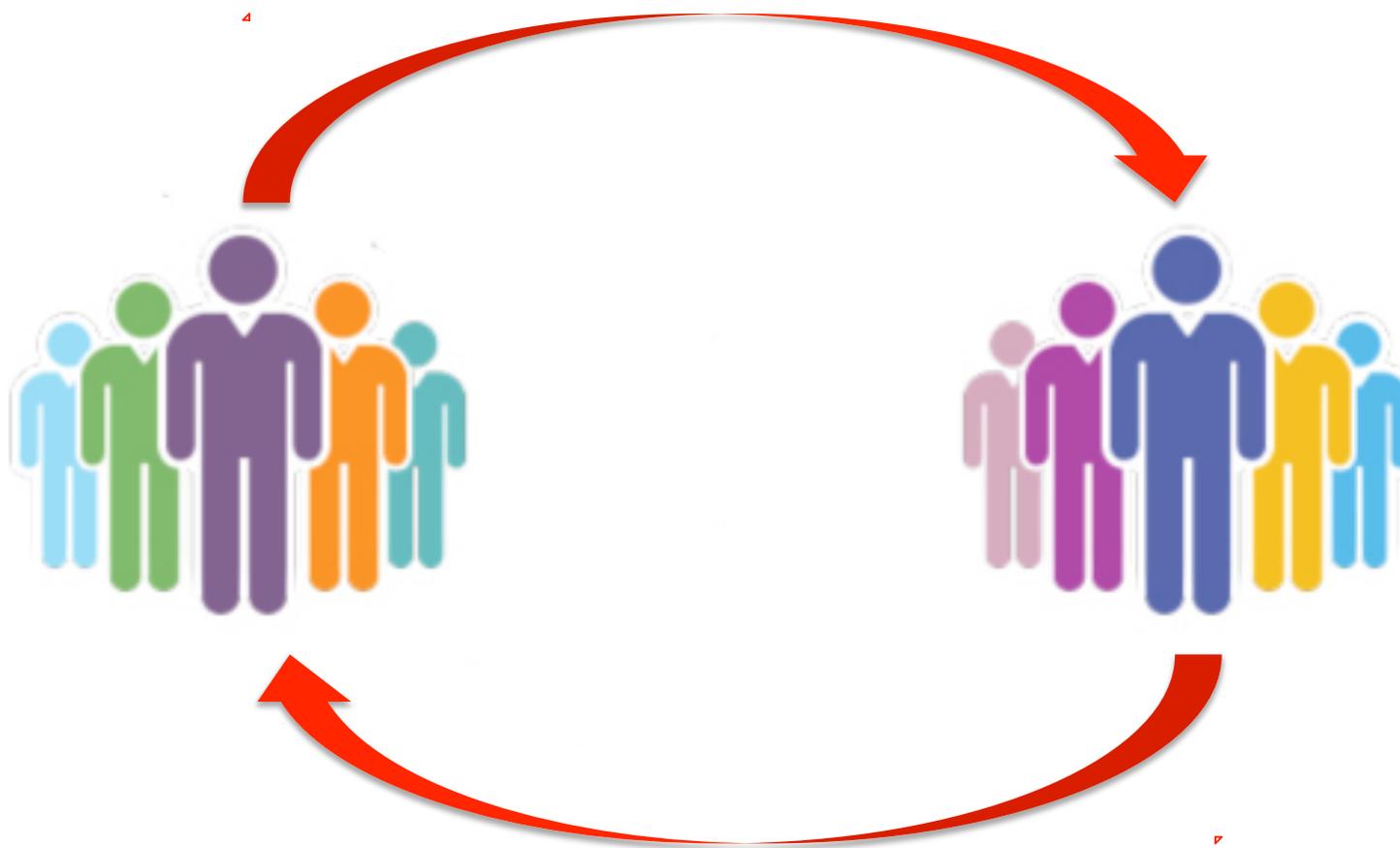


## **Perché tali reti relazionali, non sono utilizzate per sviluppare il Fundraising e il Peopleraising?**



## La reciprocità del dono (del FR e del PR)

**Necessita di reti**



**Produce reti**

**Senza reti (relazionali) il dono  
non è in grado di svolgere la propria funzione**



**Sicuramente ci sono**



**Per il Fr e il PR le reti...**

**Spesso usate per altro**

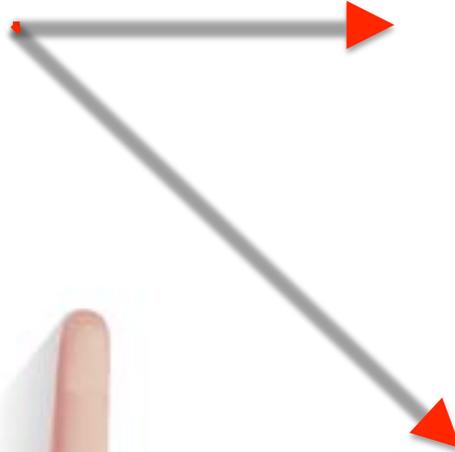


**Altre si  
devono costruire**



**3 step (+ 1)**  
per la  
**costruzione**  
di reti  
**relazionali**

# Contatto



**Su relazioni in essere  
per finalizzarle al dono**

**Su relazioni  
da costruire**



**Costruzione  
e sviluppo delle reti**



**Post contatto e pre-fidelizzazione**



**La comunicazione  
è lo strumento  
per costruire  
e sviluppare le reti**



**OFF LINE**

**ON LINE**

**Consolidamento  
e fidelizzazione**



**Una volta attivata,  
la rete non rimane  
in piedi da sola,  
ma necessita di  
**manutenzione  
costante e  
continua****







*Com'esser puote  
che un ben distribuito in più posseditor,  
faccia più ricchi di sé  
che se da pochi è posseduto*

**Grazie per l'attenzione e la pazienza**