

Fundraiserperpassione srl Società Benefit

BILANCIO DEL BENE COMUNE E RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE

[PERIODO DI RIFERIMENTO 2023]

Referenti in FundraiserPerPassione: Luciano Zanin, Laura Lugli

Settore
Servizi alle imprese

**Soci Amministratori e
Collaboratori**
10

Fatturato
€ 283.710

Utile
€ 2.186

FUNDRAISERPERPASSIONE SRL
SB

Sede Legale
Via Roma 34, Caldogno
(VI)

Sede Operativa
Piazza Europa 13,
Caldogno (VI)

[https://www.fundraise
rperpassione.it/](https://www.fundraise
rperpassione.it/)

Siamo fuori dal tunnel...

Parafrasando la famosa canzone di Caparezza, il 2023 è stato l'anno del rilancio.

Dopo due anni di fatiche e sofferenze, la Fundraiserperpassione è tornata ad avere un piccolo ma significativo utile.

Ci abbiamo messo un po', ma abbiamo sistemato le cose, o meglio, ci siamo riallineati con le tendenze del mercato e con i grandi cambiamenti del Covid e post Covid.

Abbiamo stabilizzato il fatturato, abbiamo diminuito la componente dei consulenti, un po' per necessità, ma soprattutto per scelte personali degli stessi, e abbiamo rielaborato e rinverdito i servizi.

Siamo riusciti a fare questo importante, e in alcuni momenti doloroso, passaggio senza rinunciare al nostro modo "di fare le cose", mantenendo saldi i principi che ci guidano e senza cambiare gli scopi della Società che rimangono quelli di creare valore condiviso contribuendo al cambiamento ed allo sviluppo del Terzo Settore in Italia.

Abbiamo sbagliato e appreso in questo periodo e questa quarta edizione del bilancio del bene comune ne dà conto: è arricchita di nuovi indicatori. Abbiamo fatto un ulteriore sforzo, quello di misurare di più e meglio il valore che la Fundraiserperpassione produce e offre a tutti i propri stakeholder.

Leggetevi il bilancio, o quanto meno l'abstract e poi date uno sguardo ad una delle novità di questa edizione del bilancio del bene comune, un bignami di quello che abbiamo rilevato e su cui abbiamo riflettuto, poi, magari, diteci se siete d'accordo o dissentite.

Buona lettura

Luciano Zanin

Ceo Fundraiserperpassione srl Società Benefit

Fundraiserperpassione
Pag. 2

Nota metodologica
Pag. 4

A – FORNITORI
pag. 13

**B – PROPRIETARI E
FINANZIATORI**
pag. 19

C – COLLABORATORI
pag. 23

D – CLIENTI
pag. 36

E – CONTESTO SOCIALE
pag. 44

CONCLUSIONI
pag. 57

PRESENTAZIONE E BREVE STORIA

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

Siamo un gruppo di professionisti che condividono una grande passione per il nonprofit e la convinzione che questo ricopra un ruolo strategico per lo sviluppo di nuovi modelli di welfare a servizio delle nostre comunità.

Il modello di consulenza che proponiamo è il frutto delle esperienze maturate “sul campo” ed è continuamente arricchito da una costante attenzione all’innovazione e dalla patrimonializzazione di nuove competenze acquisite sia direttamente nel nostro Paese, sia attraverso studi e scambi con realtà internazionali.

Ai servizi di consulenza ed accompagnamento è affiancata l’attività di formazione disponibile su tutto il territorio nazionale e online, che fornisce al team la possibilità di lavorare con tutte le forme di Enti del Terzo Settore, nei diversi ambiti di attività e alle diverse latitudini della Penisola.

FundraiserperPassione srl - SB è particolarmente attiva nelle collaborazioni con organizzazioni che operano a livello territoriale, ma ha notevole esperienza anche di Enti a livello nazionale, di federazioni e di altri enti di secondo livello.

Siamo quindi in grado di soddisfare ogni tipo di richiesta, mettendo i nostri clienti nelle migliori condizioni per svolgere le proprie missioni, portare a compimento i propri progetti ed esercitare al meglio il proprio ruolo degli ambiti dove operano.

I nostri percorsi di consulenza e formazione si caratterizzano per un approccio altamente personalizzato con le finalità di sviluppare e capacitare le organizzazioni, partendo dai loro bisogni e dal contesto in cui operano.

Riteniamo così di contribuire ad uno sviluppo equilibrato e sostenibile delle comunità, per fare del mondo un luogo dove sia desiderabile vivere, per tutti!

BREVE STORIA

Fundraiserperpassione è nata nel 2013 come naturale evoluzione del marchio “Fundraiser in strada” creato nel 2005, da Luciano Zanin, che operava nel settore da oltre 15 anni.

In oltre 20 anni abbiamo continuato a crescere con i nostri clienti, imparare per affrontare le nuove sfide e fare rete con le principali realtà del settore. Oggi siamo un gruppo di professionisti senior e junior, che con le loro diverse competenze e specializzazioni, ci rendono una delle realtà più dinamiche all’interno del panorama nazionale sui temi del fundraising, peopleraising e marketing per il Terzo Settore.

L'IMPRESA ED IL BENE COMUNE

Nel pensare comune c'è chi vede nel Terzo Settore uno strumento di continuità verso il modello neoliberista dove il movente dell'essere umano è quello di massimizzare i piaceri, comfort e proprietà, riducendo la gratuità del dono a mera beneficenza. Chi invece predilige un approccio neostatalista non concepisce che soggetti privati si occupino di attività d'interesse generale, ma è convinto che i diritti civili e di cittadinanza debbano essere passati per "contratto" o "comando" annullando la gratuità della cultura del dono. Entrambe queste visioni relegano il dono in posizione residuale, inibendo il contributo che questo può dare all'organizzazione delle comunità.

È indispensabile sviluppare modelli di comunità fondati anche sulla cultura del dono, che riportino l'uomo da homo oeconomicus a homo reciprocus (sua condizione naturale). È necessario tornare a prendere consapevolezza che è possibile trarre benessere anche dalla soddisfazione del ben-essere di coloro che ci circondano e che dalla relazione con esse determiniamo la nostra identità.

Il bene individuale può (e dovrebbe) coincidere con quello collettivo!

Sono gli enti non profit, per i quali il dono è un fattore genetico, che possono agire da catalizzatori e trasformatori delle risorse private, umane ed economiche, in bene comune. Possono, e devono, favorire lo sviluppo di legami sociali che rispondano ai bisogni sia di coloro che il dono lo ricevono, sia di coloro che il dono lo praticano.

In questa nuova veste di trasformatori, che attraverso un processo maieutico attivano le risorse all'interno delle comunità stesse e le rimettono in circolo, gli enti non profit hanno la necessità di rivedere i propri modelli organizzativi e gestionali partendo dal proprio interno.

Per le organizzazioni non profit dotarsi degli strumenti necessari per essere agenti trasformatori della comunità non è solo una forma di sostenibilità, ma prima di tutto un dovere morale.

Siamo convinti che ci sia un mondo da cambiare ed equilibri da ristabilire, in cui chiedere e donare siano considerati "normali". Da 20 anni accompagniamo gli enti nel percorso di riscoperta del loro ruolo e di implementazione degli strumenti necessari per la promozione del dono: il fundraising, il peopleraising, il marketing e la comunicazione.

NOTA METODOLOGICA

Questa rappresenta la quarta edizione della Relazione Annuale concernente il perseguimento del Beneficio Comune a cui Fundraiserperpassione srl-SB si è impegnata con il passaggio a Società Benefit avvenuto nel primo trimestre del 2021 (L. 208/2015, Art. 1, c. 282). Per ottemperare a tale obbligo è stato scelto lo standard di rendicontazione del Bilancio del Bene Comune, sviluppato dal movimento internazionale dell'Economia del Bene Comune, ritenuto adeguato sia in termini di allineamento ai criteri definiti dall'Allegato 4 (L. 208/2015) sulle caratteristiche dello Standard di Valutazione Esterno, sia in termini di aree di analisi, come esplicitate all'Allegato 5 (L. 208/2015). Maggiori dettagli sull'adeguatezza dello strumento del Bilancio del Bene Comune alle richieste della normativa sulle Società Benefit possono essere trovati in questo [documento di raffronto](#).

CHE COS'È UN BILANCIO DEL BENE COMUNE

Un Bilancio del Bene Comune è uno strumento rendicontativo, strategico e trasformativo in grado di fornire un quadro completo dello stato dell'arte dell'impresa rispetto alla sua contribuzione al bene comune, guidando l'impresa nell'analisi e nella valutazione della qualità dell'applicazione dei valori fondamentali dell'Economia del Bene Comune (Dignità Umana, Solidarietà e Giustizia Sociale, Sostenibilità ambientale, Trasparenza e Co-determinazione democratica) nella relazione con tutti i gruppi di stakeholder: fornitori (sezione A), soci e partner finanziari (sezione B), collaboratori (sezione C), clienti e utenti (sezione D) e contesto sociale (sezione E).

Per ogni tema affrontato, il Bilancio del Bene Comune presenta:

- una descrizione narrativa dello stato attuale dell'azienda evidenziando le principali politiche e azioni
- una serie di indicatori probanti, ove possibile quantitativi, a supporto di quanto descritto in forma narrativa
- i possibili punti di miglioramento verso cui l'impresa desidera tendere
- un punteggio da 0 a 10 per ogni aspetto positivo o un punteggio da 0 a -200 per ogni aspetto negativo proposto dalla matrice dell'Economia del Bene Comune. Per ogni aspetto, sono proposti 2 diversi punteggi: il primo è la sintesi dell'auto-valutazione da parte del team di Fundraiserperpassione srl-SB, il secondo è il punteggio definitivo confermato durante la validazione peer
- un punteggio complessivo finale dell'organizzazione per un massimo di 1000 punti

IL PROCESSO DI SVILUPPO DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE

Il primo Bilancio del Bene Comune di Fundraiserperpassione srl-SB è stato redatto e pubblicato nell'anno 2021 sul 2020. In quella sede, abbiamo sviluppato il Bilancio a partire da incontri dialogici, alcuni con l'intero team di collaboratori, altri con un team ristretto, ma comunque aperti a chiunque volesse partecipare, guidati da una consulente EBC. Durante gli incontri abbiamo riflettuto e condiviso lo stato dell'arte sui diversi temi della Matrice del Bene Comune, inclusa l'autovalutazione con punteggio e abbiamo definito gli obiettivi di miglioramento. I punteggi emersi dalle auto-valutazioni sono poi stati validati durante l'incontro di valutazione di gruppo (peer) avvenuto insieme ad altre due organizzazioni in fase di bilanciamento, Fondazione Mirafiori e Società Mutua Piemonte per il bilancio del 2021 e da un'altra sessione di valutazione di gruppo nel 2023 con STL srl e la Cooperativa Monteverde, sempre facilitato dai consulenti EBC. Nel 2024 è stata redatta la quarta edizione del Bilancio del Bene Comune che comprende l'aggiornamento di testo narrativo, indicatori, obiettivi di miglioramento e punteggi. La revisione è avvenuta alla presenza dell'Amministrazione Unico, della Direttrice, del collaboratore incaricato di coordinare la stesura.

NOTA METODOLOGICA

COME SONO STATI ASSEGNATI I PUNTEGGI?

Gli aspetti positivi possono dare da 0 a 10 punti. Sebbene esistano descrizioni specifiche dei livelli di valutazione corrispondenti ad ogni punteggio per ogni aspetto analizzato, in generale, punteggi e livelli di valutazione seguono queste logiche:

PUNTEGGIO	LIVELLO	DESCRIZIONE
7-10	Esemplare	Il tema è alla base dell'identità e della strategia dell'impresa ed è trattato in modo creativo ed innovativo
4-6	Esperto	Le prime misure e sperimentazioni sul tema sono state tradotte in politiche e azioni stabili e sistematicamente adottate
2-3	Avanzato	Vengono attuate le prime misure / sperimentazioni sul tema
1	Primi Passi	Il tema viene esaminato e vengono identificate delle strategie o dei possibili miglioramenti
0	Base	Rispetto delle norme vigenti in materia

Gli aspetti negativi possono dare da 0 a -200 punti. Il punteggio negativo è assegnato in caso siano presenti in azienda determinate pratiche illegali o impatti negativi gravi. In questo caso, un punteggio di 0 significa che non sono state riscontrate criticità in tale ambito e non vengono quindi assegnate penalità.

I punteggi dei singoli aspetti vengono aggregati in una somma ponderata che tiene conto delle dimensioni dell'ente, del settore, dei principali Paesi e settori di acquisto e vendita e di alcuni indicatori in ambito economico. Il punteggio complessivo massimo è di 1000 punti.

PUNTEGGIO	LIVELLO	DESCRIZIONE
700-1000	Esemplare	Il bene comune e la sostenibilità sono alla base dell'identità e della strategia d'impresa e vengono trattati in modo creativo e innovativo.
400-699	Esperto	L'impresa ha tradotto sperimentazioni e prime misure in politiche stabili e sistematiche in diversi ambiti, al di là degli obblighi di legge
200-399	Avanzato	L'impresa ha avviato alcune sperimentazioni e adottate alcune prime misure di miglioramento in vari ambiti, al di là degli obblighi di legge
1-199	Primi Passi	L'impresa è in fase di analisi e di identificazione di strategie di miglioramento in vari ambiti, al di là degli obblighi di legge
0	Base	L'impresa non si interessa del Bene Comune

IL PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Il perimetro di questo Bilancio è la società Fundraiserperpassione srl Società Benefit. Fundraiserperpassione agisce attraverso il lavoro di liberi professionisti, i quali sono stati considerati, in questo Bilancio, come collaboratori e non come fornitori. I professionisti sono inclusi nel perimetro nella misura in cui agiscono per conto di Fundraiserperpassione srl Società Benefit e non per i loro comportamenti personali o professionali fuori dalla società.

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE DAL NUOVO STATUTO DI SOCIETA' BENEFIT

Con il passaggio a Società Benefit abbiamo inserito nel nostro Statuto sei Obiettivi di beneficio comune che vanno oltre al profitto finanziario, su cui vogliamo lavorare e monitorarci nel tempo. Nelle sezioni del Bilancio del Bene Comune si troveranno descrizioni approfondite sulle attività portate avanti e sugli indicatori finalizzati a misurare i risultati ottenuti, come da sintesi in tabella.

OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE [dallo Statuto di Fundraiserperpassione srl Società Benefit 2021]	SEZIONE DEL BBC
1. contribuire alla creazione di comunità in cui sia desiderabile vivere per tutti, creando per ogni soggetto, individuale e collettivo, le condizioni affinché possa realizzare il proprio ruolo in modo consapevole ed efficace contribuendo così a creare valore e benessere per l'intera comunità	E1
2. promuovere l'erogazione di contributi e donazioni in beni e/o servizi che contribuiscano a sostenere individui e organizzazioni per la diffusione della cultura del dono, quale elemento fondamentale per la partecipazione alla vita comunitaria	E2
3. contribuire allo sviluppo ed alla diffusione della professione del fundraiser e del promotore del dono ed allo sviluppo del ruolo e della consapevolezza dei donatori finalizzata al benessere della comunità	D2 E2
4. contribuire alla soddisfazione e al benessere del personale dipendente o collaboratore della Società attraverso iniziative volte alla crescita sia sotto il profilo umano che professionale della persona, quali ad esempio: incentivare e contribuire economicamente alla partecipazione a corsi di formazione sulle soft-skill; valorizzare il più possibile i talenti e le passioni individuali, cercando modalità con le quali questi possano integrarsi con l'attività aziendale diventandone risorsa	C1, C2, C4
5. contribuire a sviluppare un modello di business in linea con gli obiettivi internazionali dello sviluppo sostenibile previsto dagli enti governativi preposti in primis le Nazioni Unite	A1, A2, A3, A4 C1, C2, C3, C4 D3 E3
6. adottare e promuovere un modello di impresa che crei valore condiviso per la comunità e tutti i soggetti individuali e collettivi che in essa insistono, guidata e gestita secondo i principi dell'economia civile attenta alla creazione del valore ed alla sua distribuzione, adoperandosi per accelerare il passaggio da un assetto estrattivo ad uno di tipo inclusivo	B2 C2, C4 D1, D2, D4 E1, E2

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

Riportiamo qui di seguito una breve sintesi di quanto abbiamo fatto e raggiunto su ogni obiettivo di beneficio comune in questo terzo anno da Società Benefit. Per una visione completa, consultare le sezioni del Bilancio del Bene Comune corrispondenti.

OBIETTIVO 1 | Contribuire alla creazione di comunità in cui sia desiderabile vivere per tutti, creando per ogni soggetto, individuale e collettivo, le condizioni affinché possa realizzare il proprio ruolo in modo consapevole ed efficace contribuendo così a creare valore e benessere per l'intera comunità

Come | Fundraiserperpassione srl Società Benefit affianca gli attori del Terzo Settore nella costruzione e rigenerazione delle comunità attraverso le pratiche di dono. Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha un impatto nella diffusione della cultura del dono, nel rafforzamento del capitale sociale, nella sensibilizzazione verso problematiche sociali, anche comunicando e aderendo alle cause dei propri clienti.

Contribuisce, inoltre, a migliorare la comunità facilitando il movimento di risorse economiche inutilizzate e donazioni immobilizzate a beneficio del Bene Comune. Fundraiserperpassione srl Società Benefit concretizza tutto questo sia attraverso i servizi di consulenza e formazione sui temi del fundraising, del peopleraising e del marketing, sia attraverso una comunicazione finalizzata a promuovere la cultura del dono.

Nel 2023 abbiamo lavorato soprattutto con i nostri servizi: "Start-up per il fundraising" (34,5% del fatturato), e «Accompagnamento di fundraising" (53%). Grazie a queste attività abbiamo supportato la raccolta di 3.498.215 € e abbiamo contribuito ad attivare 3.663 nuovi donatori. Inoltre, 25 persone sono state assunte come fundraiser in modo strutturato.

Infine, abbiamo erogato servizi di formazione a 237 persone.

Per approfondire | E' possibile consultare la sezione E1 del Bilancio del Bene Comune.

OBIETTIVO 2 | Promuovere l'erogazione di contributi e donazioni in beni e/o servizi che contribuiscano a sostenere individui e organizzazioni per la diffusione della cultura del dono, quale elemento fondamentale per la partecipazione alla vita comunitaria

Come | Fundraiserperpassione srl Società Benefit realizza attività dirette di donazione a favore di enti del Terzo Settore, cittadini e fundraiser. Queste attività si concretizzano in:

- Dono di competenze e di tempo: nel 2023 sono stati attivati 3 progetti di consulenza pro bono per un valore equivalente a 1.800,00 €. Inoltre, abbiamo organizzato o preso parte come relatori a conferenze, webinar e speech per un totale di 6 ore.
- Dono di denaro: nel 2023 abbiamo sponsorizzato eventi e organizzazioni nell'ambito del fundraising per un totale di 500 € ed effettuato donazioni per un valore complessivo di 2.600 €

L'equivalente in denaro del nostro dono, in ore o in denaro, per il 2023 è ammontato a 11.440 €, pari al 4% del nostro fatturato.

Per approfondire | E' possibile consultare la sezione E2 del Bilancio del Bene Comune.

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

OBIETTIVO 3 | Contribuire allo sviluppo ed alla diffusione della professione del fundraiser e del promotore del dono ed allo sviluppo del ruolo e della consapevolezza dei donatori finalizzata al benessere della comunità

Come | Contribuiamo allo sviluppo ed alla diffusione della professione del fundraiser e del promotore del dono e all'innalzamento degli standard di settore attraverso la cooperazione con i concorrenti e con le associazioni del settore e attraverso il bando "Dono e dintorni" sostenuto dal nostro fondo aziendale.

Nel 2023 abbiamo continuato a collaborare con alcuni nostri concorrenti, sia società che liberi professionisti, oltre che con fornitori del settore (Italia Non Profit, Rete del Dono, Nextbit srl, IRaiser, Sixt srl Codici Ricerca) e associazioni di settore (ASSIF, Festival del Fundraising).

Inoltre, quest'anno sono stati erogati, attraverso il bando "Dono e Dintorni", 2.000 €. I progetti premiati nell'ambito dello sviluppo della professione e la promozione del dono sono stati due: il primo di Nicol Gastaldello, la quale ha potuto così partecipare al Master di II livello in "Previsione Sociale – Social Foresight" promosso dal Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli studi di Trento; il secondo riguarda la menzione speciale a Valentina Campagnaro, fundraiser nel Consorzio Gruppo L'Incontro di Castelfranco Veneto, per il progetto La Somma delle Parti. Per quanto riguarda l'ambito del Personal Fundraising è stato premiato il progetto di Roberto Peia, il quale ha sostenuto 3 organizzazioni non profit coinvolgendo i donatori durante una sua lunga pedalata da Milano all'Africa equatoriale.

<https://www.fundraiserperpassione.it/bandi/bando-2023/>.

Per approfondire | E' possibile consultare le sezioni B3, D2 e E2 del Bilancio del Bene Comune.

OBIETTIVO 4 | Contribuire alla soddisfazione e al benessere del personale dipendente o collaboratore della società attraverso iniziative volte alla crescita sia sotto il piano umano che professionale della persona, quali ad esempio: incentivare e contribuire economicamente alla partecipazione a corsi di formazione sulle soft-skill; valorizzare il più possibile i talenti e le passioni individuali, cercando modalità con le quali questi possano integrarsi con l'attività aziendale diventandone risorsa

Come | Contribuiamo alla soddisfazione e al benessere dei nostri collaboratori attraverso la formazione e per mezzo di un modello organizzativo orientato alla valorizzazione dei talenti, delle passioni e delle iniziative individuali.

Inoltre, dal 2020 ci siamo dotati di un nuovo modello organizzativo ispirato ai principi TEAL e al metodo Holacracy. In questo modello i ruoli e le relative responsabilità (definiti come domini) sono definiti mediante un processo collettivo e condiviso da tutto il gruppo. Tramite questo processo ogni collaboratore è reso responsabile del proprio dominio, è in grado di prendere tutte le decisioni necessarie per portare a termine la propria attività ed inseguire il proposito. Inoltre, gli incontri di Governance permettono di condividere e gestire tensioni e conflitti.

Tra collaboratori applichiamo una mutualità interna orientata al benessere e alla conciliazione vita-lavoro, garantendo a tutti i care-giver lo stesso volume di lavoro, fatturato e ruolo anche al ritorno da momenti riservati alla famiglia.

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

Inoltre, anche dopo il periodo pandemico abbiamo continuato ad utilizzare la modalità online per alcune consulenze in modo da facilitare i nostri collaboratori nella conciliazione vita-lavoro e nella gestione dello stress.

Quando le ore lavorate dai collaboratori non corrispondono al loro desiderio, Fundraiserperpassione srl Società Benefit si spende direttamente per facilitare il loro l'inserimento part-time presso le organizzazioni del settore, supportando così l'integrazione di orario e di compenso desiderato.

Oltre a ciò, anche nel 2023, così come negli anni precedenti, sono stati realizzati dei colloqui individuali con ciascun collaboratore per rivedere le aspettative riguardo a carico di lavoro, compenso e tipologia di attività.

Per approfondire E' possibile consultare le sezioni C1, C2 e C4 del Bilancio del Bene Comune.

OBIETTIVO 5 | Contribuire a sviluppare un modello di business in linea con gli obiettivi internazionali dello sviluppo sostenibile previsto dagli enti governativi preposti in primis le Nazioni Unite

Come | Desideriamo che il nostro lavoro contribuisca positivamente all'Agenda 2030 anche nei nostri processi interni con una particolare attenzione all'impatto ambientale, all'inclusione e al benessere dei collaboratori e agli acquisti. Nel 2021 abbiamo fatto i primi passi calcolando i chilometri percorsi dai nostri collaboratori per l'attività di consulenza e l'equivalente in emissioni di CO₂eq e attivando un progetto di compensazione pluriennale delle nostre emissioni attraverso la piantumazione di 200 alberi tra Africa e Sud America. Inoltre, abbiamo continuato a svolgere una parte delle consulenze online anche dopo il periodo pandemico e cercato di preferire ove possibile, l'utilizzo di mezzi pubblici per le visite ai clienti. Numerose sono le iniziative e le pratiche finalizzate a garantire inclusione e benessere per i nostri collaboratori, come raccontato nel paragrafo relativo all'Obiettivo 4. Più complesso è il percorso relativo all'applicazione dei principi di sostenibilità ed equità negli acquisti, spesso accessori, non continuativi e in piccole quantità.

Per approfondire E' possibile consultare le sezioni A1, A2, A3, A4, C1, C2, C3, C4, D3, E3 del Bilancio del Bene Comune.

OBIETTIVO 6 | Adottare e promuovere un modello di impresa che crei valore condiviso per la comunità e tutti i soggetti individuali e collettivi che in essa insistono, guidata e gestita secondo i principi dell'economia civile attenta alla creazione del valore ed alla sua distribuzione, adoperandosi per accelerare il passaggio da un assetto estrattivo ad uno di tipo inclusivo

Come | Desideriamo costruire un modello di impresa allineato ai principi dell'Economia Civile, non estrattiva ma generativa ed inclusiva, in grado di creare valore condiviso per la comunità e per tutti i soggetti che ne fanno parte. Per questo in Fundraiserperpassione srl Società Benefit reinvestiamo tutti gli utili nell'impresa, perché consideriamo l'impresa un bene comune. Le retribuzioni dei nostri collaboratori sono maggiori rispetto alle medie di mercato nel nostro settore e abbiamo adottato un modello organizzativo evoluto perché crediamo nel contributo di ogni persona allo sviluppo dell'impresa – bene comune a partire dalla valorizzazione dell'iniziativa e dei talenti di ognuno. Adottiamo un approccio etico nei confronti del cliente, mettendo il suo interesse davanti a tutto e proponendo contratti con possibilità di recesso senza penali, condividendo gratuitamente contenuti utili e interessanti e offrendo consulenze pro bono a favore di organizzazioni con progetti validi ma senza possibilità finanziarie.

Per approfondire E' possibile consultare le sezioni B2, C2, C4, D1, D4, D2, E1, E2 del Bilancio del Bene Comune.

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

TABELLA DI RICONCILIAZIONE

Secondo le richieste della Normativa L. 208/2015 - Allegato 5, la Relazione sul Perseguimento del Beneficio Comune per le Società Benefit non si limita a rendicontare l'effettivo lavoro sugli obiettivi da Statuto, ma è volta a monitorare l'orientamento dell'impresa al Bene Comune nelle relazioni con tutti i suoi portatori di interesse. Per questo motivo, l'intero Bilancio del Bene Comune costituisce una Relazione sul Perseguimento del Beneficio Comune di Fundraiserperpassione srl Società Benefit. In tal senso, la Tabella di riconciliazione proposta qui di seguito può rappresentare un valido supporto per individuare in quali sezioni e pagine del Bilancio del Bene Comune sono toccate le aree di analisi richieste dalla Normativa L. 208/2015 - Allegato 5.

NORMATIVA L. 208/2015 ALLEGATO 5	SEZIONE DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAG.
La valutazione dell'impatto deve comprendere le seguenti aree di analisi:	Di seguito gli aspetti della matrice 5.0.1 - aziende relativi alle aree di analisi richieste dalla normativa per la valutazione d'impatto:	
1. Governo d'impresa, per valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della Società, il livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società	A.4.1 Trasparenza verso i fornitori e diritto ad essere coinvolti A.4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera filiera B.4.1 Struttura della proprietà orientata al bene comune C.4.1 Trasparenza nell'organizzazione C.4.2 Legittimazione del management C.4.3 Coinvolgimento dei lavoratori D.4.1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione dei prodotti e servizi e ricerche di mercato E.4.1 Trasparenza E.4.2 Coinvolgimento del contesto sociale	p.17 p. 21 p. 29 p. 29 p. 29 p. 36 p. 45 p. 45
2. Lavoratori, per valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro	C.1.1 Cultura aziendale orientata ai collaboratori C.1.2 Promozione della salute e protezione sul luogo di lavoro C.1.3 Diversità e pari opportunità C.2.1 Strutturazione della retribuzione C.2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro C.2.3 Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro C.3.1 Alimentazione in orario di lavoro C.3.2 Mobilità verso il luogo di lavoro C.3.3 Cultura organizzativa basata sulla consapevolezza di un approccio ecologico C.4.3 Coinvolgimento dei lavoratori	p. 23 p. 24 p. 24 p. 27 p. 27 p. 28 p. 28 p. 28 p. 28
3. Altri portatori d'interesse, per valutare le relazioni della Società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura	A.1.1 Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera A.2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti A.2.2 Influenza positiva su solidarietà, equità e giustizia sociale lungo l'intera filiera A.3.1 Impatti ambientali lungo la filiera A.4.1 Trasparenza verso i fornitori e diritto ad essere coinvolti A.4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera filiera D.1.1 Relazioni etiche con i clienti D.1.2 Assenza di barriere D.2.1 Cooperazione con i concorrenti D.2.2 Solidarietà con i concorrenti D.4.1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione dei prodotti e servizi e ricerche di mercato	p. 14 p. 15 p. 15 p. 16 p. 17 p. 17 p. 32 p. 33 p. 33 p. 36

RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

NORMATIVA L. 208/2015 ALLEGATO 5	SEZIONE DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAGINA
	D.4.2 Trasparenza dei prodotti e servizi E.1.1 Prodotti e servizi soddisfano i bisogni umani fondamentali e contribuiscono ad una buona vita E.1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società E.2.1 Imposte e oneri sociali E.2.2 Contributi volontari a favore della collettività	p. 36 p. 37 p. 39 p. 41
4. Ambiente, per valutare gli impatti della Società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.	A.3.1 Impatti ambientali lungo la filiera A.3.2 Impatti ambientali eccessivi lungo la filiera (NEG) B.3.1 Qualità ambientale degli investimenti B.3.2 Investimenti orientati al bene comune B.3.3 Dipendenza da risorse con impatto ambientale rilevante (NEG) C.3.1 Alimentazione in orario di lavoro C.3.2 Mobilità verso il luogo di lavoro C.3.3 Cultura organizzativa basata sulla consapevolezza di un approccio ecologico D.3.1 Rapporto costi/benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e circolarità) D.3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza) D.3.3 Accettazione intenzionale di un impatto ambientale eccessivo (NEG) D.4.3 Assenza di indicazioni sulle sostanze pericolose (NEG) E.3.1 Impatti ambientali assoluti e strategie di gestione E.3.2 Impatti ambientali relativi E.3.3 Violazione dei requisiti ambientali e impatto ambientale elevato (NEG)	p. 16 p. 16 p. 20 p. 20 p. 28 p. 28 p. 28 p. 35 p. 35 p. 36 p. 36 p. 44

GUIDA ALLA LETTURA DI QUESTO BILANCIO

B1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

AUTONOMIA FINANZIARIA ATTRAVERSO L'AUTOFINANZIAMENTO E FONTI DI FINANZIAMENTO ESTERNE ORIENTATE AL BENE COMUNE

Fundraiserperpassione ha sempre operato tramite capitale proprio e ha reinvestito gli utili per lo sviluppo della società. Solo a fine 2020, è stato richiesto e ottenuto un prestito garantito dallo Stato nell'ambito delle misure per contrastare l'effetto del Covid. Tale prestito è stato richiesto per affrontare con maggior liquidità il periodo impegnativo e gli investimenti programmati.

Nel 2023 si è tornato a registrare degli utili a bilancio dopo le perdite relative ai due anni precedenti. In questo modo si è arrestata l'erosione delle riserve che erano state utilizzate per coprire le perdite. Questo è stato l'aspetto sul quale si è posta l'attenzione maggiore durante il 2023, in quanto il risanamento di bilancio ha rappresentato la pre-condizione per salvaguardare la società e il proseguo dell'attività negli anni futuri.

APPROCCIO ETICO DEI FINANZIATORI ESTERNI

La società possiede un unico conto corrente in una banca di credito cooperativo (come già descritto nell'aspetto A.2.2).

Nel 2022 è stata iniziata e proseguita nel 2023 come previsto la restituzione del prestito ottenuto durante il covid.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario (prestito, conto corrente, assicurazione,...)	Volume 2023 (€)
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Finanziamento covid	18.868
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Conto corrente, giacenza media	2.500

di VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

Descrizione narrativa dello stato attuale dell'azienda evidenziando le principali politiche e azioni

CAPITALE PROPRIO	14.671 €
Capitale sociale	10.000 €
Riserve	4.672 €
Utili portati a nuovo	0 €
Utile esercizio 2023	2.186 €
CAPITALE ESTERNO	80.188 €
Passività bancarie (finanziamento Covid)	18.768 €
Fondo TFM	16.000 €
Debiti verso fornitori	25.889 €
Debiti erario e INPS	19.531 €
CAPITALE PROPRIO	15%
CAPITALE ESTERNO	85%

VALUTAZIONE AUTO/PEER	
81.1 Autonomia finanziaria attraverso l'autofinanziamento	6/6
81.2 Fonti di finanziamento esterne orientate al bene comune	7/7
81.3 Approccio etico dei finanziatori esterni	6/6

Indicatori probanti a supporto di quanto descritto in forma narrativa e approfondimenti

Punteggio da 0 a 10 per ogni aspetto positivo o un punteggio da 0 a -200 per ogni aspetto negativo.

Per ogni aspetto, sono proposti 2 diversi punteggi: il primo è la sintesi dell'autovalutazione da parte del team aziendale, il secondo è il punteggio definitivo confermato durante la validazione peer

Obiettivi di miglioramento

A I FORNITORI

In questa sezione analizziamo se e come i nostri acquisti rispettano i valori della dignità umana (A1), della solidarietà e dell'equità (A2), della sostenibilità ambientale (A3), della trasparenza e della condivisione delle decisioni (A4).

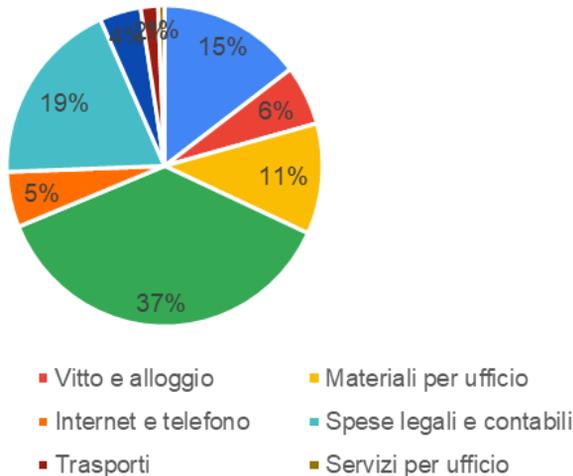
Nel 2023 abbiamo acquistato beni e servizi per 48.468 €.

I nostri acquisti rispecchiano le tradizionali categorie di un'impresa di servizi: materiali e servizi per l'ufficio, internet e telefono, spese di marketing, vitto e alloggio, assicurazione, formazione, trasporti, marchi e spese per consulenza legale e contabile. Per la maggior parte, si tratta di fornitori estemporanei a seconda dei bisogni di acquisto. Al momento non sono presenti attenzioni sociali e ambientali e politiche di acquisto specifiche. Vi sono poi fornitori di servizi a supporto dell'attività d'impresa, come la creatività grafica, la comunicazione, il sito internet, la consulente del lavoro, legale e contabile, con cui vige una relazione di lunga durata e basata su principi comuni.

Per questo Bilancio del Bene Comune non è stata implementata alcuna indagine attiva rivolta a valutare il grado di adesione dei singoli fornitori ai valori dell'Economia del Bene Comune. La relazione è quindi basata sulle informazioni già in possesso di Fundraiserperpassione srl Società Benefit.

Il grafico qui sotto indica la suddivisione degli acquisti per categorie per l'anno 2023:

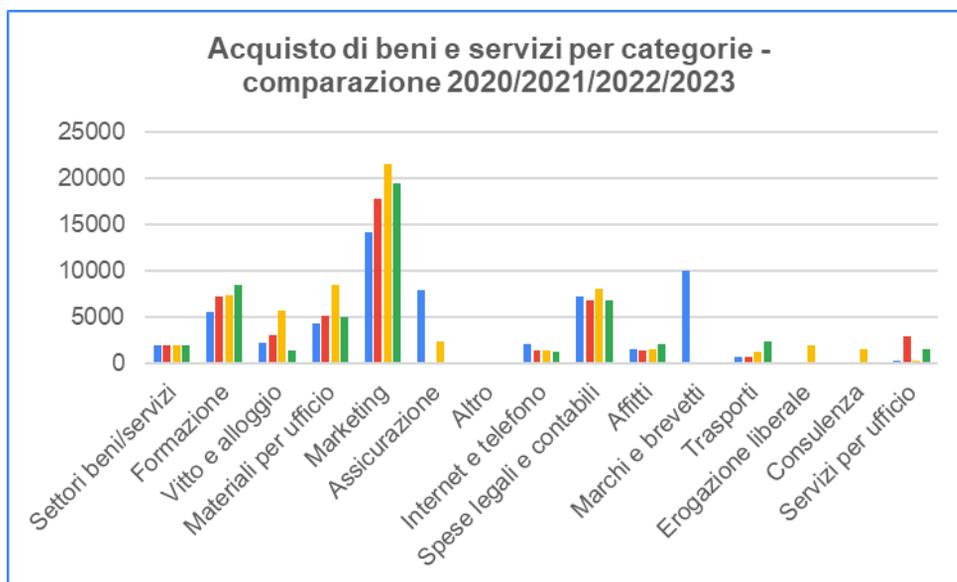
Acquisto di beni e servizi per categorie - 2023



48.468 Euro
Spesa complessiva per
acquisto di beni e
servizi nel 2023
(escludi i compensi
per i consulenti)

A I FORNITORI

La seguente tabella indica invece una comparazione del volume relativo alle categorie di acquisto per gli anni 2020-2023.



Alcuni commenti che emergono da questa comparazione:

- L'investimento in formazione per tutti i consulenti è proseguito;
- Sono diminuite in modo considerevole le spese di vitto e alloggio perché abbiamo ridotto in tutte le situazioni possibili le trasferte, sia per alleggerire i carichi di lavoro, soprattutto quelli familiari, sia per una maggiore sostenibilità economica ed ambientale aumentando l'attività online;
- Abbiamo razionalizzato l'acquisto di materiali per ufficio con maggiore attenzione ai beni di consumo (carta, cartucce stampante, ecc.);
- Pur avendo mantenuto un alto livello di investimento sono state efficientate le spese relative all'attività di marketing e comunicazione portando all'interno alcune funzioni e quindi rendendo più efficace l'organizzazione del lavoro;
- Abbiamo razionalizzato le spese legali e soprattutto contabili;
- Abbiamo aumentato i costi di trasporto perché abbiamo sostituito l'uso dell'automobile con l'utilizzo dei mezzi pubblici, in tutte le situazioni possibili;
- Abbiamo mantenuto le erogazioni liberali nonostante il periodo difficile.

VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2025 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi della dignità umana e del lavoro lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

A1 CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE LUNGO TUTTA LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CONDIZIONI DI LAVORO E IMPATTO SOCIALE LUNGO LA FILIERA

Nella scelta dei fornitori strategici per l'attività d'impresa, con i quali si mantiene una relazione continuativa (ad esempio grafici, sviluppatori del sito, consulenti del lavoro,...) ci affidiamo a professionisti con cui condividiamo valori legati alla dignità della persone e del lavoro. Una di queste realtà, KUDU srl Società Benefit, fornitore del nostro sito internet, ha ottenuto la certificazione BCorp con 84,4 punti su 200 di cui 22,4 relativi alla cura dei collaboratori e 20,08 alla cura della comunità.

Per quanto riguarda i fornitori di servizi accessori (come internet e telefonia) e beni per l'ufficio e per il marketing al momento non vi è una policy ufficiale, ma sono presenti specifiche attenzioni:

- Per quanto riguarda il caffè per l'ufficio viene acquistato da Gimoka, società italiana con certificati BRC e IFS per la qualità e sicurezza. Oltre a ciò, il caffè è biologico e certificato Fairtrad e e Rainforest.
- Per quanto riguarda la telefonia, il partner scelto è WindTre, la quale presta una forte attenzione agli aspetti relativi alla sostenibilità, come si può evincere qui: <https://www.windtregroup.it/IT/Sustainability/la-nostra-visione.aspx>

Non vi è una policy definita e scritta per la scelta dei fornitori, anche se l'attenzione verso la qualità e la tipologia di fornitori è sempre presente nel momento in cui vengono definiti degli acquisti.

VIOLAZIONE DELLA DIGNITÀ UMANA LUNGO LA FILIERA

I rischi di violazione della dignità umana sono minimi sia per i nostri volumi di acquisto sia per il nostro settore di attività.

VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2025 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi alla dignità umana e del lavoro lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

32% delle spese per beni e servizi sono state fatte presso partner fornitori e professionisti con relazioni dirette e per i quali si possono escludere rischi legati alla dignità umana e del lavoro

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A1.1 Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera	1/1
A1.2 Violazione della dignità umana lungo la filiera (NEG)	0/0

A2 SOLIDARIETÀ E GIUSTIZIA SOCIALE LUNGO LA FILIERA

RELAZIONI COMMERCIALI EQUE NEI CONFRONTI DEI FORNITORI DIRETTI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit considera i fornitori dei veri partner strategici con i quali collabora da lungo tempo, alcuni sin dalla fondazione della società. Insieme a loro si cerca di programmare il lavoro annualmente, anticipando le necessità, condividendo le tempistiche di consegna e concordando le condizioni. I fornitori non vengono sottoposti a pressione commerciale e vedono corrisposti i loro compensi in maniera precisa e puntuale. Se hanno bisogno di variare le tariffe si procede con un confronto e con un adeguamento rispetto a quanto richiesto.

Con i fornitori strategici la relazione è duratura nel tempo, con alcuni di essi fin dalla fondazione della società o anche prima.

Il 2023 ha visto una diminuzione significativa del volume di acquisti realizzata dalla nostra azienda, in modo da non pesare in modo eccessivo sul bilancio. Nonostante ciò, l'atteggiamento collaborativo e la disponibilità verso i fornitori sono rimasti immutati.

INFLUENZA POSITIVA SU SOLIDARIETÀ, EQUITÀ E GIUSTIZIA SOCIALE LUNGO L'INTERA FILIERA

Nella scelta dei fornitori strategici per l'attività d'impresa e con i quali si mantiene una relazione continuativa (ad esempio grafici, sviluppatori del sito, consulenti del lavoro, ...) ci affidiamo a professionisti con cui condividiamo valori legati all'equità e alla dignità del lavoro. Ad esempio si citano: KUDU srl società benefit, fornitore del nostro sito internet, la quale ha ottenuto la certificazione BCorp con 84,4 punti su 200 di cui 22,4 relativi alla cura dei collaboratori e 20,08 alla cura della comunità; per le attività bancarie e finanziarie è stata scelta una Banca di credito cooperativo aderente al gruppo Bancario Cooperativo ICCREA, che si è dotato di un piano di sostenibilità sociale e ambientale ESG (Environmental, Social and Governance), oltre alla Dichiarazione Consolidata non Finanziaria (DCNF), consultabili a questo link: <https://www.gruppoiccrea.it/Pagine/Sostenibilita/Piano-di-Sostenibilita.aspx>

VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2025 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi alla solidarietà e alla giustizia sociale lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

Ci impegniamo anche a raccogliere in modo sistematico dei feedback sul grado di soddisfazione dei fornitori.

Durata media relazione commerciale
5 anni

Stima in termini economici della distribuzione della creazione di valore lungo la filiera:

Totale acquisti*:

48.468 €

Fatturato:

283.710 €

Rapporto creazione Valore distribuito lungo la filiera:
17%

* Sono esclusi gli acquisti di prestazioni da parte dei consulenti fundraiser

Almeno l'15% dei nostri fornitori hanno certificazioni o politiche relative alla solidarietà e all'equità verso i propri portatori di interesse

POTERE DI MERCATO NEI CONFRONTI DEI FORNITORI

FPP è una realtà molto piccola e non ha quindi alcun potere di mercato nei confronti dei suoi fornitori che possono contare su una grande varietà di clienti.

Rispetta le condizioni proposte dai fornitori.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti 5/5

A2.2 Influenza positiva su solidarietà, equità e giustizia sociale lungo l'intera filiera 1/1

A2.3 Abuso di potere di mercato nei confronti dei fornitori (NEG) 0/0

A3 SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI AMBIENTALI LUNGO LA FILIERA

Al momento sono presenti delle attenzioni, anche se non esplicitate tramite policy ufficiali per quanto riguarda criteri di sostenibilità ambientale nella scelta dei fornitori.

Nella pratica, sono stati fatti alcuni acquisti con attenzioni di tipo ambientale quali:

- l'acquisto di carta certificata PEFC: un sistema di certificazione forestale sostenibile che offre una certificazione indipendente e di terza parte sviluppata secondo schemi nazionali e riconosciuti e garantiti a livello internazionale.
- la scelta, ove possibile, del treno anziché dell'auto
- il progetto di compensazione delle emissioni ambientali, realizzato mediante la piantumazione di un numero equivalente alle emissioni prodotte, attraverso Treedom.
- la scelta di riparare il telefono aziendale anziché comprarlo nuovo
- La conferma del gestore telefonico considerate le certificazioni e il piano ESG di Wind tre

IMPATTI AMBIENTALI NEGATIVI LUNGO LA FILIERA

Gli impatti ambientali conseguenti agli acquisti di FPP sono trascurabili sia per i nostri volumi di acquisto sia per il nostro settore di attività.

VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2025 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che includa criteri relativi alla sostenibilità ambientale lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale, la certificazione FSC per prodotti in carta e legno, la scelta di produttori locali per ridurre l'impatto ambientale del trasporto.

Oltre a ciò valuteremo l'utilizzo di un questionario di soddisfazione da sottoporre ai fornitori.

14%
**Quota di prodotti/
servizi acquistati che
rappresentano
alternative migliori
dal punto di vista
ambientale**

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A3.1 Impatti ambientali lungo la filiera	3/2
A3.2 Impatti ambientali negativi lungo la filiera (NEG)	0/0

A4 TRASPARENZA E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI LUNGO LA FILIERA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA VERSO I FORNITORI E DIRITTO AD ESSERE COINVOLTI

I fornitori strategici sono pienamente informati sull'andamento e sulle decisioni prese dalla società. Vengono spesso coinvolti nel processo decisionale in qualità di consulenti oppure vengono tenuti aggiornati regolarmente sugli sviluppi dei progetti. Consideriamo importante condividere con loro feedback sia positivi che negativi sui progetti, in modo da migliorare costantemente la relazione con loro. I feedback ricevuti dai fornitori strategici ci mostrano che sono soddisfatti del processo di condivisione in atto.

Il 2023 ha visto una diminuzione significativa del volume di acquisti realizzata dalla nostra azienda, in modo da non pesare in modo eccessivo sul bilancio. Nonostante ciò, i fornitori sono sempre stati coinvolti nel processo decisionale e di definizione dei progetti, valorizzando i loro feedback e suggerimenti.

INFLUENZA POSITIVA SULLA TRASPARENZA E LA CONDIVISIONE DELLE DECISIONI LUNGO LA FILIERA

Come società attiva nell'ambito della consulenza FPP ha pochi fornitori e non è coinvolta in filiere particolarmente complesse. Non si rende quindi necessaria una sua azione attiva per promuovere la trasparenza e la partecipazione lungo la filiera.

In ogni caso, segnaliamo che il nostro fornitore del sito internet, KUDU srl società benefit, ha ottenuto la certificazione BCorp che include anche indicatori relativi alla Governance, all'etica e alla trasparenza dell'organizzazione, così come il Piano di Sostenibilità già citato del Gruppo ICCREA di cui la nostra Banca fornitrice fa parte, oltre al fornitore di servizi telefonici Wind Tre che ha un piano di sostenibilità soprattutto ambientale e il fornitore di caffè Gimoka spa viste le certificazioni di cui sopra.

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

4,2%
Quota di prodotti e materie prime acquistati con un marchio che tenga conto della trasparenza e della condivisione delle decisioni

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A4.1 Trasparenza verso i fornitori e diritto ad essere coinvolti	6/6
A4.2 Influenza positiva sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo la filiera	0/0

B1 FINANZIAMENTO ETICO DELL'IMPRESA

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

AUTONOMIA FINANZIARIA ATTRAVERSO L'AUTOFINANZIAMENTO E FONTI DI FINANZIAMENTO ESTERNE ORIENTATE AL BENE COMUNE

Fundraiserperpassione ha sempre operato tramite capitale proprio e ha reinvestito gli utili per lo sviluppo della società. Solo a fine 2020, è stato richiesto e ottenuto un prestito garantito dallo Stato nell'ambito delle misure per contrastare l'effetto del Covid. Tale prestito è stato richiesto per affrontare con maggior liquidità il periodo impegnativo e gli investimenti programmati.

Nel 2023 si è tornato a registrare degli utili a bilancio dopo le perdite relative ai due anni precedenti. In questo modo si è arrestata l'erosione delle riserve che erano state utilizzate per coprire le perdite. Questo è stato l'aspetto sul quale si è posta l'attenzione maggiore durante il 2023, in quanto il risanamento di bilancio ha rappresentato la pre-condizione per salvaguardare la società e il proseguo dell'attività negli anni futuri.

APPROCCIO ETICO DEI FINANZIATORI ESTERNI

La società possiede un unico conto corrente in una banca di credito cooperativo (come già descritto nell'aspetto A.2.2).

Nel 2022 è stata iniziata e proseguita nel 2023 come previsto la restituzione del prestito ottenuto durante il covid.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario (prestito, conto corrente, assicurazione,...)	Volume 2023 (€)
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Finanziamento covid	18.868
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Conto corrente, giacenza media	2.500

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

CAPITALE PROPRIO	14.671 €
Capitale sociale	10.000 €
Riserve	4.672 €
Utili portati a nuovo	0 €
Utile esercizio 2023	2.186 €

CAPITALE ESTERNO	80.188 €
Passività bancarie (finanziamento Covid)	18.768 €
Fondo TFM	16.000 €
Debiti verso fornitori	25.889 €
Debiti erario e INPS	19.531 €

CAPITALE PROPRIO	15%
CAPITALE ESTERNO	85%

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B1.1 Autonomia finanziaria attraverso l'autofinanziamento	6/6
B1.2 Fonti di finanziamento esterne orientate al bene comune	7/7
B1.3 Approccio etico dei finanziatori esterni	6/6

B2 APPROCCIO EQUO E SOLIDALE ALL'UTILIZZO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPIEGO DEGLI UTILI SOLIDALE E ORIENTATO AL BENE COMUNE

Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha sempre reinvestito gli utili per lo sviluppo della Società. I principali investimenti effettuati sono stati sui collaboratori, attraverso l'erogazione di formazione, la pratica della supervisione effettuata dai consulenti senior verso quelli junior, la fornitura di strumenti di lavoro aggiornati e agevoli anche per il lavoro da remoto. Nel 2021 è stato completato il passaggio a Società Benefit, è iniziato un investimento triennale per compensare le emissioni prodotte, ed è proseguita l'esperienza del Bilancio del Bene Comune, oltre al proseguimento degli investimenti già in corso. Nel 2023 è proseguito l'aggiornamento del Bilancio del Bene Comune, mentre il progetto di compensazione delle emissioni è stato completato in quanto gli spostamenti in auto e le conseguenti emissioni sono state ridotte in maniera significativa, non rendendo necessario un ulteriore investimento di compensazione.

INVESTIMENTI UTILI PER IL FUTURO AZIENDALE (2023)	19.207 €
Associazione a Assobenefit	400 €
Collaboratore part time dedicato allo sviluppo	12,000 €
Bilancio del Bene Comune	2,336 €
Formazione	2,496 €

DISTRIBUZIONE INIQUA DEGLI UTILI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit non ha mai distribuito utili ai soci.

VERSO IL BENE COMUNE

L'obiettivo di miglioramento desiderato per il 2024 è quello di proseguire a produrre valore ed utili per rinforzare gli investimenti sul bene comune.

**Ammontare totale
delle immobilizzazioni
al netto degli
ammortamenti
26.142 €**

**Utili accantonati come
riserve
2.186 €**

**Utile d'esercizio
2.186 €**

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B2.1 Impiego degli utili
solidale e orientato al
bene comune 10/10

B2.2 Distribuzione
iniqua degli utili (NEG) 0/0

B3 INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

QUALITÀ AMBIENTALE DEGLI INVESTIMENTI

Nel 2021 abbiamo dato avvio ad un processo di compensazione delle emissioni prodotte dai viaggi in auto dei consulenti, tramite la piantumazione di 200 alberi in vari stati dell'Africa, realizzata in collaborazione con Treedom. Questo progetto è proseguito anche nel 2022 con la piantumazione di ulteriori 200 alberi. Con questo intervento si è ritenuto completato il piano in quanto durante e dopo al pandemia i viaggi sono diminuiti e gli obiettivi di compensazione prefissati erano già stati raggiunti.

INVESTIMENTI ORIENTATI AL BENE COMUNE

Abbiamo da oltre 5 anni creato un fondo aziendale presso la Fondazione di Comunità "Fondazione Italia per il Dono": un'organizzazione che mette a disposizione la propria infrastruttura per assistere ogni donatore (che sia un singolo, una famiglia, un'impresa, una comunità o un ente non profit) a individuare lo strumento filantropico più adatto alle sue esigenze, garantendo il necessario supporto amministrativo e fiscale.

Questa scelta è coerente sia con la filosofia aziendale rispetto alla quale riteniamo che l'utilizzo di strumenti di intermediazione filantropica siano efficienti ed efficaci per redistribuire alla comunità una parte del valore creato dall'impresa, sia con i servizi che la stessa azienda propone ai propri clienti, siano questi persone fisiche o imprese o, ancora, enti non profit o enti pubblici.

Dopo 5 edizioni del bando durante le quali sono stati erogati 11.200,00 €, abbiamo deciso di fermarci per una pausa di riflessione in quanto sia per il particolare momento di cambiamento che l'azienda sta vivendo sia perché il contesto complessivo del mondo del terzo settore e del fundraising è mutato rispetto solo a pochi anni fa. Nel 2023, quindi, si è proceduto a selezionare gli ultimi due progetti da sostenere oltre a due menzioni speciali alle quali si è ritenuto opportuno dare un riconoscimento.

Tutte le informazioni, i progetti sostenuti e le restituzioni degli stessi sono messe a disposizione di tutti al sito <https://www.fundraiserperpassione.it/bandi/>

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti obiettivi di miglioramento.

DIPENDENZA DA RISORSE CON IMPATTO AMBIENTALE RILEVANTE

I consulenti di Fundraiserperpassione srl Società Benefit sono spesso vincolati all'uso dell'automobile per raggiungere i propri clienti. L'utilizzo del lavoro in video-conferenza anziché in presenza per alcune fasi di progetto può essere considerata una via per ridurre tale impatto.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B3.1 Qualità ambientale degli investimenti	1/1
B3.2 Investimenti orientati al bene comune	8/8
B3.3 Dipendenza da risorse con impatto ambientale rilevante (NEG)	0/0

B4 PROPRIETÀ E CONDIVISIONE DELLE DECISIONI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

STRUTTURA DELLA PROPRIETÀ ORIENTATA AL BENE COMUNE

I proprietari di Fundraiserperpassione srl Società Benefit sono Luciano Zanin (60% delle quote societarie) e Sonia Dal Degan (40% delle quote). Fundraiserperpassione è nata nel 2013 come naturale evoluzione del marchio "Fundraiser in strada", creato nel 2005 da Luciano Zanin.

La scelta della forma societaria è frutto di una serie di riflessioni e incontri, che hanno coinvolto anche i consulenti attivi a quel tempo. La forte disparità in termini di capitale finanziario, intellettuale, relazionale ed esperienziale, oltre che in termini di intensità del coinvolgimento nel progetto dei consulenti, è risultato elemento determinante nel preferire la forma della srl rispetto a quella della cooperativa o dello studio associato.

Al momento non vi è in programma un ampliamento della società ad altri proprietari, anche se negli ultimi anni i collaboratori sono stati chiamati a partecipare attivamente alle scelte aziendali mediante il metodo organizzativo TEAL. Grazie al percorso di Holacracy, ad oggi, l'obiettivo è quello di far coincidere il brand con il team.

«Veniamo da tempi difficili durante i quali abbiamo riflettuto sulla possibilità e opportunità che la proprietà della Società potesse avere una evoluzione. Ne sono sempre più convinto, ma prima era necessario e giusto rimetterla a posto. Ora i tempi potrebbero essere maturi» [L.Z. , 2023]

«Negli ultimi due anni abbiamo lavorato molto per rispondere alle mutazioni del mercato, delle esigenze dei clienti e ai desideri dei collaboratori. Abbiamo anche cominciato a sondare l'eventuale interesse di partnership da parte di imprese con le quali collaboriamo e condividiamo i nostri valori. Nulla è escluso, anzi, vedremo gli sviluppi nei prossimi anni» (L.L., 2023)

SCALATA OSTILE

Non si evidenziano rischi di scalata ostile.

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

Soci
Luciano Zanin: 60%
Sonia Dal Degan: 40%

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B4.1 Struttura di proprietà orientata al bene comune	1/1
B4.2 Scalata ostile (NEG)	0/0

CHI I LAVORATORI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit è un network che nel 2023 è stato costituito da 10 collaboratori di cui 9 liberi professionisti in diversi regimi fiscali e uno con mandato da amministratore con cedolino paga.

Questa forma di organizzazione consente continuità e flessibilità e risponde alle esigenze e desideri degli stessi collaboratori i quali non aspirano ad avere un contratto di lavoro da dipendenti essendo questa forma considerata dagli stessi troppo rigida e vincolante rispetto ai progetti di vita individuali.

Nella forma organizzativa che la Società si è data, spiegata nei punti precedenti e successivi, è evidente come vi sia una netta volontà di rispondere ai desideri dei collaboratori assumendo e modificando forme di relazioni di lavoro innovative e che rispondano alle reali esigenze di flessibilità dei collaboratori, senza rinunciare alle riconosciute garanzie che vengono messe in atto attraverso policy e non attraverso contratti.

L'esperienza maturata dimostra ampiamente come il legame relazionale, normato da prassi, comportamenti e valori, sia più solido e durevole di qualunque vincolo contrattuale.

Per questo, a partire dal 2020, abbiamo deciso di fare riferimento per la nostra organizzazione sul modello TEAL. Le organizzazioni TEAL sono organizzazioni ispirate ai sistemi viventi in cui i membri sono guidati da una purpose comune per la quale lavorano in modo auto-organizzato, guidati dai principi della libertà e della responsabilità, definendo a monte ruoli e domini dinamici e modificabili nel tempo dal team stesso (self-management) e portando nel team se stessi nella loro interezza (wholeness). Nelle sezioni B4.1, C1.1 e C4 raccontiamo in maggiore dettaglio come abbiamo implementato questo sistema organizzativo in Fundraiserperpassione srl Società Benefit e quali obiettivi di sviluppo e consolidamento del modello abbiamo per i prossimi anni.

Pur se con una certa fatica dovuta sia al contesto esterno che alla flessibilità interna che «costringe» a continui adeguamenti, continuiamo a perseverare su questa via convinti che sia comunque sempre da preferire rispetto ai sistemi organizzativi più tradizionali, piramidali e gerarchici.

Altre informazioni rispetto ai membri che compongono il team si trovano: <https://www.fundraiserperpassione.it/chi-siamo/>

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

CULTURA ORGANIZZATIVA ORIENTATA AI LAVORATORI

Negli ultimi anni Fundraiserperpassione srl Società Benefit ispira la propria organizzazione alla TEAL, i cui principi fondamentali sono il Proposito evolutivo (perenne ascolto generativo verso l'esterno), il Self management e la Pienezza (insieme di pratiche che permettono di riconoscere la persona nel suo intero).

Grazie all'adozione di questa forma organizzativa i ruoli e le relative responsabilità (chiamate domini) sono definiti mediante un processo collettivo e condiviso da tutto il gruppo. Tramite questo processo ogni collaboratore è reso responsabile del proprio dominio, è in grado di prendere tutte le decisioni necessarie per portare a termine la propria attività, nel rispetto dei domini altrui.

Alla base di questo processo vi è stata la firma da parte di Luciano Zanin, in qualità di Amministratore Unico, di una costituzione nella quale egli si è impegnato ad affidare tutte le decisioni societarie al gruppo di collaboratori che compongono la Società. Ogni scelta o decisione strategica presa dal team si basa sul proposito condiviso dell'organizzazione: quello di contribuire alla diffusione della cultura del Dono.

Le eventuali tensioni che sorgono durante il lavoro quotidiano vengono processate durante regolari incontri di governance, nei quali il gruppo decide quali accorgimenti adottare per rendere più efficace e armonica la collaborazione. Altri possibili conflitti tra i collaboratori vengono risolti tramite un confronto diretto tra le parti in causa.

Il consulente viene supportato per mezzo di incontri di supervisione durante i quali si analizza come sta andando la consulenza, quali problemi sono sorti e quali sono le idee di miglioramento. I report di supervisione sono accessibili online a tutti i consulenti in modo da mettere a disposizione di tutti le idee di miglioramento.

Le supervisioni hanno una cadenza tendenzialmente bimestrale, salvo particolari situazioni ove il cliente lo richieda o ci sia una esplicita richiesta di aiuto o di confronto da parte del consulente. Gli incontri vengono programmati utilizzando Calendly, un software che permette di prenotarsi direttamente sul Google Calendar dei supervisori.

La proposta di supervisione viene generalmente fatta un mese prima del periodo all'interno del quale la supervisione può avvenire, prevedendo generalmente una finestra di tre settimane all'interno della quale i consulenti possono scegliere la data più confacente con le proprie esigenze di lavoro e di vita personale.

Turn-over 2023

4 collaboratori usciti nel corso dell'anno

**Appartenenza media
all'azienda
8,6 anni**

Collaboratori per genere
Maschi: 2
Femmine: 8

**Collaboratori per fascia
d'età**
18-35: 1
36-50: 7
50+: 2

**Collaboratori per livello di
istruzione**
Laurea: 10

**Numero candidature
spontanee ricevute: 2**

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Le supervisioni hanno generalmente una durata tra i 60 e i 90 minuti a seconda del numero dei clienti che il consulente sta seguendo, delle difficoltà che le commesse presentano e del grado di sviluppo che la consulenza ha in quel momento.

Sono svolte dall'Amministratore unico e dalla Direttrice, in sostanza le due persone che rappresentano sia la maggior esperienza da mettere a disposizione del consulente e del cliente, sia lo sviluppo del team permettendo così di monitorare sia l'attività del consulente (allo scopo di sostenere non di controllare) sia lo sviluppo del cliente e di patrimonializzare l'esperienza che con ogni cliente si produce mettendola a disposizione degli altri colleghi e del know how della Società.

Nel 2022 si è provveduto anche ad un chiarimento di alcuni ruoli e domini sui quali non vi era molta chiarezza. Durante il 2023 si è poi notata una maggiore facilità e un più rodato automatismo da parte dei consulenti rispetto al loro ruolo e al rapporto con gli altri ruoli del team. Inoltre, abbiamo organizzato delle riunioni di governance mensili per chiarire eventuali dubbi o questioni aperte.

Nel corso del 2023, in seguito a confronto con l'Amministratore unico e la Direttrice, alcuni consulenti hanno deciso di interrompere la collaborazione con la Società. Questa decisione è stata presa per vari motivi: in alcuni casi la situazione personale dei consulenti non permetteva più loro di dedicare tempo e impegno necessari ad una professione impegnativa come la consulenza, soprattutto in relazione agli impegni con i clienti; in altri casi alcuni consulenti hanno deciso di approfondire altri ambiti di attività diversi dal fundraising. In altri casi, ancora, considerata la riduzione dei volumi di vendita, non vi era la possibilità di garantire una quantità minima di commesse ai consulenti.

In ogni caso queste decisioni sono state prese di comune accordo, con l'obiettivo di preservare la società e di garantire a tutti la libera scelta sui loro sviluppi professionali futuri.

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

PROMOZIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

Le principali minacce o danni alla salute sul lavoro in Fundraiserperpassione srl Società Benefit derivano dal tempo trascorso in auto, dal possibile stress provocato dall'insicurezza economica propria dei lavoratori autonomi e dalla tipologia di orari di lavoro che tendono ad essere poco regolari, anche se nel corso degli ultimi due anni si può notare come questa condizione sia profondamente mutata in senso positivo. L'esperienza accumulata e la sempre migliore organizzazione del lavoro individuale e collettivo ha ridotto moltissimo gli impegni «extra» orario normale di lavoro.

Per continuare a migliorare questa situazione, comunque è stata incrementata la porzione di lavoro che viene svolta online, soprattutto a partire dal 2020, anche se le consulenze necessitano comunque di alcuni incontri in presenza e quindi relativi spostamenti. Oltre a questo sono state ridotte le ore consecutive di consulenza presso i clienti, per permettere ai collaboratori di non affrontare giornate troppo impegnative dal punto di vista fisico.

Nel 2022 abbiamo realizzato degli incontri con i consulenti per diminuire lo stress provocato dall'insicurezza economica. Abbiamo cercato di definire di comune accordo per ogni consulente un obiettivo di fatturato per ridurre la volatilità e l'insicurezza causate dalla nostra tipologia di lavoro. Oltre a ciò viene condiviso regolarmente con i consulenti un file di riepilogo delle scadenze di fatturazione e dei cicli di cassa e di pagamento, in modo da permettere loro di avere sotto controllo la propria situazione finanziaria. Questa attività è stata confermata anche per il 2023.

Le collaborazioni blended, dove molta parte del lavoro viene realizzato online, hanno ridotto i rischi relativi agli spostamenti dei consulenti. Oltre a ciò l'organizzazione si adatta alle esigenze dei collaboratori, proponendo clienti localizzati in aree non troppo lontane dalla loro area di residenza.

Nel corso del 2022 è stato realizzato anche un vademecum per la vita sana, che abbiamo cercato di mettere in pratica nel corso del 2023. Questo documento, condiviso con il team, ricorda quali sono i principi e le azioni che ogni consulente dovrebbe adottare per un corretto bilanciamento della sua vita lavorativa con quella privata e per permettere la riduzione dello stress o delle conseguenze negative dell'attività lavorativa.

In sintesi i punti sui quali il documento è stato redatto possono essere così riportati:

- **L'importanza dell'alimentazione.** Ricordati che saltare il pasto fa male al corpo e alla mente. Il momento del pasto è sacro e devi rispettarlo quanto più possibile. Mentre mangi non fare altro, stacca il telefono e allontanati dal computer. Scegli un'alimentazione equilibrata e variegata è la cosa migliore.

Numero e frequenza delle indagini sulla soddisfazione sul luogo di lavoro, sul clima aziendale e cultura organizzativa:

Assenti, ma vengono organizzate regolarmente riunioni di supervisione con tutti i collaboratori dove è possibile dare feedback, esprimere le proprie tensioni e risolverle.

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

- **Vita sana e vita attiva.** Stare troppo fermi e davanti al computer senza fare delle pause non fa bene alla salute fisica e nemmeno alla produzione creativa. Il cervello ha bisogno di ossigeno e il corpo di muoversi. Prenditi 30 minuti al giorno per fare una passeggiata o del movimento, se non riesci tutti i giorni, prediligi i movimenti a piedi, se puoi prendi la bici, se devi prendere il treno parcheggia più lontano e vai in stazione a piedi, se devi ascoltare un webinar, mentre lo fai cammina.
- **Non soccombere allo stress.** Trovare il giusto equilibrio tra impegni lavorativi, familiari e personali è fondamentale per mantenersi in salute. Non bisogna poi dimenticare di concedere un po' di spazio anche al relax: solo in questo modo lo stress non finirà per avere la meglio sul benessere psicofisico.
- **Il sonno è una cosa importante.** Un riposo regolare è importante, meglio assicurarsi le giuste ore di sonno. Dormire permette di ricaricare le batterie e affrontare le giornate cariche di energie
- **La prima arma: la prevenzione.** Non fumare, non esagerare con l'alcol, prenditi il tempo per fare le visite di controllo e anche le ferie che sono preventive e curative. Non dimenticarti di te e del tuo corpo, amati e se hai bisogno chiedi aiuto alle colleghe e ai colleghi
- **Gli spostamenti e le trasferte:** preferiti quelli in treno o comunque con mezzi pubblici, se non possibile, e lo spostamento è lungo, prevedere soste e non utilizzare il cellulare quando sei alla guida;

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Sebbene formalmente si tratti di collaborazioni a Partita IVA, nel caso di collaboratrici che hanno trascorso periodi di inattività per maternità, la Società ha sempre cercato di rendere agevole il rientro al lavoro, accomodando le loro necessità familiari. Il gruppo di Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha cercato di dedicare attenzione e sostegno alle difficoltà della maternità per chi svolge lavoro autonomo, sia dal punto di vista economico che organizzativo. Inoltre, durante il periodo di assenza dal lavoro le colleghe che lo desiderano sono tenute coinvolte e aggiornate attraverso comunicazioni e la partecipazione alle riunioni di lavoro.

Le collaboratrici che sono state in maternità sono rientrate al termine, ritrovando lo stesso volume di lavoro, lo stesso fatturato e lo stesso ruolo che avevano in precedenza.

Queste condizioni riservate alle colleghe in maternità, ma sarebbe lo stesso nel caso in cui fossero colleghi maschi a richiedere simili trattamenti in quanto all'interno della Fundraiserperpassione srl Società Benefit vi è assoluta parità di trattamento sia delle condizioni di lavoro che del trattamento economico. Chi ha lavorato come libero professionista conosce bene cosa significa rimanere «fuori» dal mondo del lavoro per 6/10 mesi sia in termini di quantità e qualità del lavoro, sia in termini di aggiornamento professionale.

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

Inoltre, il team di Fundraiserperpassione srl Società Benefit, non si limita a sostenere le colleghe madri o i colleghi padri, nella fase acuta della maternità, ma anche successivamente attraverso la totale disponibilità a sostituire o integrare le attività dei colleghi quando nel primo periodo di vita dei piccoli la gestione dell'agenda è alquanto difficile e impegnativa.

Sostituire i colleghi, passare materiali già compilati o redatti, aggiornare sugli sviluppi degli strumenti dei servizi, sono tutte cose che per un libero professionista si rivelano davvero importanti per non perdere il contatto con il proprio lavoro e di conseguenza per diminuire sensibilmente il rischio di perdere delle opportunità professionali.

La stessa cura viene riservata verso colleghi/e *care-giver* con richieste specifiche di supporto, come non avere progetti che prevedono trasferte di più giorni.

Per quanto concerne la retribuzione e i compensi, non vi è alcuna differenza tra colleghi maschi e colleghe femmine, i compensi previsti sono in funzione degli obiettivi della consulenza e degli scopi per i quali il cliente ci ha dato gli incarichi, pertanto i compensi sono esattamente i medesimi.

Nel 2022 abbiamo realizzato la mappatura delle competenze del team, come previsto dagli obiettivi di miglioramento prefissati. Questo permette di individuare degli ambiti di miglioramento per quanto riguarda la formazione del team di consulenti e di valorizzare anche competenze acquisite in modo autonomo nella relazione con i clienti. Da questa attività il team ha evidenziato un eccellente grado di preparazione sui seguenti temi:

- Redazione dei report e uso di Dropbox in modo efficace
- Conoscenza degli strumenti di pianificazione del Fundraising
- Capacità di accompagnamento dell'ente alla redazione di un piano di fundraising sia che sia annuale o di campagna
- Competenza nella redazione di un piano editoriale
- Capacità di erogare una prima formazione di base
- Competenza nell'organizzazione dei processi di comunicazione interna
- Supporto nella costruzione di una landing page
- Supporto nell'attivazione di personal fundraiser (indipendentemente dagli strumenti specifici che una piattaforma può avere)
- Conoscenza delle tecniche di raccolta lead (modulistica, eventbrite....)
- Accompagnamento alla scelta di un software specifico per il fundraising

“Dopo la nascita del secondo figlio per un lungo periodo non son riuscita a lavorare direttamente sul campo, ma non per questo mi sono sentita esclusa dal lavoro, anzi. Ho continuato a partecipare alla formazione di Fudraiserperpassione e a tutti i momenti di aggiornamento in un gruppo di colleghi in cui c'è empatia, che mi ha sempre fatto sentire parte della squadra e mai un peso l'aver scelto di diventare mamma una seconda volta” [MDN]

“Una delle cose che contraddistingue Fundraiserperpassione è il modo di considerare i propri collaboratori non soltanto come professionisti ma soprattutto come persone che hanno necessità personali e familiari da conciliare con il lavoro. È proprio il work life balance che ispira Fundraiserperpassione nella relazione, nella condivisione e nel lavoro: il gruppo aiuta il singolo non solo nel miglioramento delle proprie competenze, ma anche nei momenti di vulnerabilità personale” [EB]

C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

Quindi nel 2023 si è lavorato per migliorare le competenze relativamente ai seguenti temi:

- Conoscenza dei principali sistemi di pagamento
- Conoscenza dello strumento del ticketing (disponibile su Rete del Dono)
- Conoscenza di base della normativa del RUNTS e riforma Terzo Settore
- Conoscenza delle agevolazioni fiscali e a chi spettano
- Conoscenza delle basi del funzionamento di iRaiser
- Conoscenza del funzionamento e delle necessità dello sponsoring
- Conoscenza di base dello strumento Granter.

CONDIZIONI DI LAVORO INADEGUATE

La dignità della persona e delle condizioni di lavoro sono valori fondamentali per Fundraiserperpassione srl Società Benefit. Non si rilevano criticità in tal senso.

VERSO IL BENE COMUNE

Entro il 2025 si impegna inoltre a stilare una policy chiara di recruiting per regolare la ricerca e l'inserimento di nuovi consulenti nel team. Questo obiettivo verrà realizzato compatibilmente alle priorità aziendali durante il 2025 e se vi saranno delle esigenze concrete di inserimento di nuove figure. Oltre a questo, l'azienda si impegna a verificare che le azioni intraprese per accomodare le esigenze e le richieste dei consulenti abbiano effettivamente giovato al team tramite uno strumento di monitoraggio da definire e condividere.



VALUTAZIONE AUTO/PEER	
C1.1 Cultura organizzativa orientata ai lavoratori	8/8
C1.2 Promozione della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro	3/3
C1.3 Diversità e pari opportunità	7/5
C1.4 Condizioni di lavoro inadeguate (NEG)	0/0

C2 WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

STRUTTURAZIONE DELLA RETRIBUZIONE

I compensi che vengono riconosciuti ai collaboratori dipendono dall'attività svolte. Nel caso di compensi per attività di consulenza, il compenso viene diviso in questo modo: a Fundraiserperpassione srl Società Benefit va il 50%, mentre al consulente va il restante 50%. Nel caso in cui il cliente venga acquisito per merito del consulente è riconosciuto un premio equivalente al 10% del valore della commessa.

Nel caso di attività di formazione, solitamente nel caso di compensi orari fino a 50 Euro la società non trattiene nulla, per compensi superiori viene trattenuto il 20%.

Per quanto riguarda i compensi dei collaboratori che svolgono attività di supporto o di sviluppo commerciale, viene stabilito un forfait che tiene conto del tempo dedicato, del carico di lavoro e della retribuzione media per il medesimo ruolo.

I compensi vengono discussi e concordati con i singoli collaboratori, in modo da essere certi che ognuno di essi riceva un adeguato riconoscimento economico per il lavoro svolto.

Non sempre è possibile coniugare le richieste dei clienti con i desideri dei collaboratori, anche se cerchiamo sempre di far coincidere questi due aspetti. Per stessa volontà dei consulenti, quindi, questi hanno anche altri lavori, sia per motivazioni economiche proprie, sia perché comunque a priori non vi è la volontà di essere assunti dalla Società.

E' d'altra parte necessario sottolineare che spesso Fundraiserperpassione srl Società Benefit si occupa di facilitare l'inserimento part time dei propri collaboratori presso le organizzazioni del settore, supportando così l'integrazione di orario e di compenso desiderato.

In Fundraiserperpassione srl Società Benefit applichiamo la logica della mutualità interna. In caso di maternità o in altre situazioni, ad esempio, è possibile anticipare la liquidità quando non è possibile fatturare e quindi potrebbero esserci delle difficoltà. Nel momento in cui lavoriamo al posto di un collega per una sua difficoltà, non prendiamo tutta la sua remunerazione ma la re-distribuiamo.

Retribuzione oraria

Minima: 50€

Massima: 90€

Forbice salariale:

1,8

Collaboratori per tipologia di contratto 2023:

Liberi professionisti: 10

Stage / apprendistato: 0

Collaboratori per tempo di lavoro 2023:

Full-time: 2

Part-time: 8

C2 WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

ORGANIZZAZIONE DELL'ORARIO DI LAVORO

La ripartizione dei carichi di lavoro e delle commesse tiene conto delle esigenze del cliente, della situazione e della collocazione geografica del consulente. L'assegnazione delle commesse viene definita in prima battuta dalla Direzione della Società, per venire poi discussa e valutata assieme ai singoli collaboratori. Viene quindi instaurato un dialogo con i singoli consulenti per verificare se vi siano le condizioni per accettare la commessa, senza rischiare di oberare il singolo collaboratore con incarichi superiori alle sue capacità di lavoro.

Dal momento che tutti i collaboratori sono dei liberi professionisti per loro stessa scelta, ognuno di loro ha la facoltà di organizzare il proprio tempo e il proprio impegno lavorativo, compatibilmente con le esigenze dei clienti e con la propria situazione familiare e personale.

Durante il periodo segnato dalla pandemia di Covid-19, molte attività che in precedenza venivano condotte in presenza sono state trasferite online. Questo ha riguardato attività interne ma anche attività relative ai clienti. Questa nuova modalità di organizzazione del lavoro è stata confermata anche ad emergenza sanitaria conclusa, in modo da permettere ai collaboratori di gestire il proprio tempo con maggiore efficienza e di utilizzare lo strumento online in maniera più efficace, evitando spostamenti e trasferte non strettamente necessarie per incontrare i clienti.

Oltre a ciò, sono stati realizzati con regolarità nel 2023 dei colloqui individuali di supervisione con ciascun collaboratore per rivedere le aspettative riguardo a carico di lavoro, compenso e tipologia di attività. I colloqui hanno offerto un generale quadro di soddisfazione da parte dei consulenti rispetto al loro grado di coinvolgimento.

Il maggior risultato che è derivato dai colloqui effettuati singolarmente con i consulenti consiste, da parte del consulente nella possibilità di esprimere in modo chiaro, diretto e sereno quali siano le aspettative sia da un punto di vista professionale che da un punto di vista economico, ma anche di organizzazione del lavoro che, da parte della Società, invece, l'opportunità di costruire programmi di lavoro che, compatibilmente con la mobilità e la variabilità delle commesse, possano essere compatibili con tali desideri.

La gestione del tempo, non solo relativamente al lavoro, ma anche agli spostamenti, sembra essere una delle maggiori aree di interesse, soprattutto per le colleghe e i colleghi che hanno impegni familiari. Fundraiserperpassione srl Società Benefit lascia quasi totale libertà da questo punto di vista ai consulenti che sono liberi di organizzare gli incontri e le call con i clienti come meglio credono, fatti salvi gli scopi intermedi e finali delle consulenze. Per quanto concerne gli spostamenti e le trasferte vengono pianificati dai consulenti con i clienti in totale libertà, salvaguardando l'efficacia della consulenza e quanto previsto dai contratti sottoscritti.

C2 WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

ORGANIZZAZIONE DEL RAPPORTO DI LAVORO E CONCILIAZIONE VITA-LAVORO

Vedi sopra

CONTRATTI DI LAVORO INGIUSTI

Non si rilevano criticità in tal senso

VERSO IL BENE COMUNE

Non vi sono obiettivi di miglioramento da segnalare.



VALUTAZIONE AUTO/PEER	
C2.1 Strutturazione della retribuzione	6/6
C2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro	8/8
C2.3 Organizzazione del rapporto di lavoro e conciliazione vita-lavoro	8/8
C2.4 Contratti di lavoro ingiusti (NEG)	0/0

C3 PROMOZIONE DI UNA CULTURA E DI UN COMPORTAMENTO ECOSOSTENIBILE DEI LAVORATORI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

ALIMENTAZIONE IN ORARIO DI LAVORO

Non esiste una mensa aziendale. Ogni libero professionista organizza i pasti come vuole, quindi questo aspetto risulta non applicabile. Il Team dei consulenti ha realizzato un vademecum per la vita sana da seguire durante l'attività quotidiana. Il vademecum è stato condiviso e messo a disposizione di tutto il team.

Circa tre o quattro volte all'anno il team si trova assieme e quindi mangia assieme. Per rispettare tutte le esigenze e per volontà inclusiva rispetto a tutto il team, in tutte le occasioni si è scelto un menu vegano che rispecchia anche l'attenzione all'ambiente di Fundraiserperpassione srl Società Benefit.

MOBILITÀ VERSO IL LUOGO DI LAVORO

I collaboratori scelgono quali mezzi utilizzare per raggiungere il posto di lavoro o i clienti. L'utilizzo di mezzi di trasporto pubblici è reso difficoltoso a causa della collocazione dei clienti in ambiti provinciali e quindi fuori dal raggio della rete ferroviaria.

Negli ultimi due anni ci si è impegnati a trasferire online delle attività che non necessitano della presenza fisica, in modo da ridurre l'impatto ambientale ed efficientare i tempi di lavoro.

CULTURA ORGANIZZATIVA BASATA SULLA CONSAPEVOLEZZA DI UN APPROCCIO ECOLOGICO

I collaboratori di Fundraiserperpassione srl Società Benefit hanno livelli di sensibilità e consapevolezza diversi rispetto al tema ambientale, ma pur non esistendo una politica aziendale esplicita a tal riguardo, vi è una sensibilità diffusa rispetto a questi temi che porta a scelte di consumo indirizzate verso una sempre minore impronta ecologica. Es. per la dematerializzazione in modo da utilizzare meno carta.

Grazie al percorso di redazione del Bilancio del Bene Comune, il team intero sta dedicando ogni anno alcuni momenti di riflessione sul proprio impatto ambientale.

SPRECHI E PRATICHE DANNOSE PER L'AMBIENTE

Non si evidenziano criticità in tale ambito.

VERSO IL BENE COMUNE

L'organizzazione si impegna a concretizzare il vademecum per la vita sana realizzato, continuando a diminuire il carico di spostamenti dei consulenti per svolgere l'attività quotidiana, in modo da diminuire lo stress legato ai tanti chilometri in macchina.

2022	2023
Tot km percorsi	
85.375	74.500
Tot km percorsi sul fatturato (km per ogni €)	
0,32	0,27
Tot emissioni CO2eq (ton)	
14,6	13,8

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C3.1 Alimentazione in orario di lavoro	1/1
C3.2 Mobilità verso il luogo di lavoro	1/1
C3.3 Cultura organizzativa basata sulla consapevolezza di un approccio ecologico	1/1
C3.4 Sprechi e pratiche dannose per l'ambiente (NEG)	0/0

C4 CONDIVISIONE DELLE DECISIONI E TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

Le informazioni necessarie a svolgere il proprio lavoro (ad esempio informazioni relative alle commesse, report degli incontri con i clienti, report supervisioni con senior, dati di fatturato, materiale di comunicazione) sono sempre accessibili o rese tali su richiesta dei collaboratori. I dati finanziari sono condivisi con i collaboratori a fine anno, accompagnati da una analisi e descrizione, in modo da renderli meglio fruibili e più comprensibili.

In generale, la trasparenza è alla base della cultura aziendale.

Nel corso del 2022 e del 2023 abbiamo realizzato degli incontri strategici con un gruppo ristretto di collaboratori, maggiormente ingaggiati e propensi ad impegnarsi nello sviluppo della Società, oltre a degli altri incontri che hanno coinvolto tutto il team, definiti come comunità di pratica. Questi incontri trattavano degli argomenti suggeriti dai stessi membri del team, con l'obiettivo di fornire degli strumenti o delle conoscenze richieste dai clienti.

Oltre a ciò vengono organizzati regolarmente degli incontri di supervisione tra singolo consulente e CEO e Direzione per un aggiornamento e confronto sullo status delle varie consulenze in essere. Ogni consulente riceve poi un file ciclico che lo informa sullo stato delle fatture e dei relativi pagamenti.

LEGITTIMAZIONE DEL MANAGEMENT

Fundraiserperpassione srl Società Benefit si ispira ad un'organizzazione di tipo TEAL e, in quanto tale, prevede che i vari domini e ambiti di responsabilità vengano definiti in maniera collettiva, coinvolgendo ogni collaboratore.

COINVOLGIMENTO DEI LAVORATORI

Il sistema organizzativo TEAL è stato adottato allo scopo di invitare i collaboratori ad una maggiore e più attiva partecipazione alle scelte e alle attività aziendali. Da una parte il sistema TEAL prevede che i vari domini e ambiti di responsabilità vengano definiti in maniera collettiva, coinvolgendo ogni collaboratore. D'altra parte ogni dominio ha la responsabilità esclusiva delle decisioni prese all'interno del proprio ambito e può informare il team ex post.

Più in generale, vi sono delle decisioni strategiche che vengono discusse e prese dalla Direzione soprattutto per quanto riguarda l'ambito patrimoniale e finanziario, mentre la maggior parte degli ambiti societari sono aperti a discussioni attraverso l'applicazione di metodi decisionali collettivi, che includono sia decisioni prese a maggioranza sia decisioni prese in seguito a discussioni collettive.

*“Dal punto di vista finanziario i dati vengono condivisi a scadenza. Vedo il desiderio di condividere e rendere trasparenti le informazioni. L'anno scorso ero stagista e ho avuto accesso a molti più dati rispetto alla media degli stagisti. Ho tutto ciò che mi serve.”
[RC, 2021]*

“Garantire trasparenza è diventato più complesso perchè ci siamo allargati, ma questo è sempre stato alla base della nostra cultura. Prima era uno scambio quasi personale, ma in realtà c'erano molti meno dati di quanti sono accessibili adesso.” [LL, 2021]

C4 CONDIVISIONE DELLE DECISIONI E TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

IMPEDIMENTO DELLA RAPPRESENTANZA AZIENDALE

In Fundraiserperpassione srl Società Benefit ognuno è libero di esprimersi e di presentare le proprie istanze ed esistono apposite riunioni dove è possibile portare tensioni e feedback.

VERSO IL BENE COMUNE

L'organizzazione si impegna nel 2024 a migliorare nella frequenza ma anche nella tempestività (sedi e luoghi appropriati) il sistema di feedback nei confronti dei vari domini aziendali.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

C4.1 Trasparenza nell'organizzazione	3/3
C4.2 Legittimazione del management	2/2
C4.3 Coinvolgimento dei lavoratori	7/7
C4.4 Impedimento della rappresentanza sindacale (NEG)	0/0

D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit si è sempre posta come obiettivo quello di contribuire alla diffusione della cultura del dono ed alla crescita del Terzo Settore in Italia, condividendo informazioni, strumenti e conoscenze con le organizzazioni con le quali entra in contatto. Questo avviene mediante la partecipazione a convegni o eventi organizzati su tutto il territorio nazionale generalmente con la forma dei webinar negli ultimi anni oppure offrendo ai potenziali clienti incontri gratuiti di conoscenza e condivisione che non vengono valorizzati economicamente.

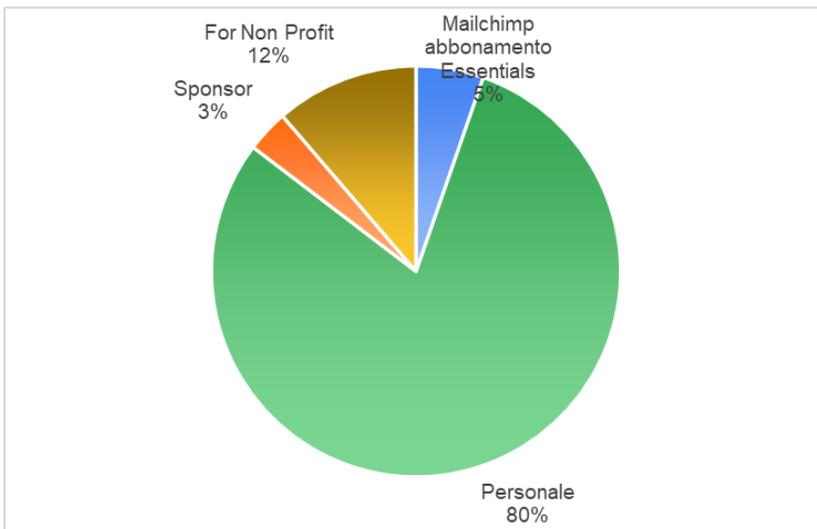
Il processo di acquisizione di nuovi clienti passa attraverso questo processo di condivisione della conoscenza e delle competenze, grazie al quale si genera una relazione di fiducia con il cliente.

Negli ultimi anni sono proseguite e rafforzate le strategie di marketing, soprattutto in ambito digitale, che erano state messe in cantiere in precedenza ma che la particolare situazione dovuta al covid ha accelerato. Questi interventi hanno portato all'utilizzo del sito web come strumento per la raccolta di lead tramite i materiali autoprodotti e donato, alla creazione di un piano editoriale per DEM, una strategia social. Oltre a ciò sono state definite delle procedure di fidelizzazione e di cura della relazione con i clienti che si traducono in con la consegna di una relazione finale, una chiavetta USB contenente tutti i materiali prodotti, un voucher per un check-up gratuito successivo al termine della consulenza. In questo modo il periodo di consulenza viene ulteriormente valorizzato e rilanciato sei mesi dalla sua conclusione, non abbandonando quindi il cliente alla fine del rapporto contrattuale, ma offrendo una opportunità di relazione anche in seguito.

Questi accorgimenti hanno permesso l'acquisizione di nuovi contatti di potenziali clienti attraverso nuovi canali, soprattutto digitali e la fidelizzazione di quelli già esistenti.

Nel caso di alcuni possibili clienti, è stato sconsigliato di procedere con la stipula del contratto di consulenza in quanto ci si è resi conto che i costi da sostenere avrebbero messo in difficoltà l'organizzazione e che quindi sarebbero stati maggiori dei benefici. Questo atteggiamento ha rafforzato la reputazione della Società nel settore e ha permesso di raggiungere alcuni potenziali clienti tramite il passaparola generato da questa pratica.

SPESE MARKETING E COMUNICAZIONE 2023



Spese totali per comunicazione e marketing
- come % delle spese totali dell'azienda 8%
- come % del fatturato: 5,3%

Non ci sono elementi variabili legati alle vendite

D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

In questo senso il focus non è sulla crescita del numero dei clienti ma sulla qualità dei progetti portati avanti e sul reale impatto creato tramite l'attività di consulenza.

La nostra comunicazione esterna è sempre finalizzata al rafforzamento della cultura del Dono tramite la condivisione di informazioni, contenuti e conoscenze. I nuovi contatti acquisiti derivano da questo processo di condivisione dei contenuti e non da una mera azione di marketing.

I contratti di consulenza danno la possibilità ad ogni cliente di recedere con un mese di preavviso, senza dover sostenere dei costi aggiuntivi, nel caso in cui non siano soddisfatti del percorso intrapreso. Lo stesso vale per Fundraiserperpassione srl Società Benefit in qualità di fornitore, nel caso in cui ci si renda conto che il percorso di consulenza non stia dando i frutti sperati.

I pochi reclami informali ricevuti (un paio negli ultimi cinque anni) sono stati gestiti dal consulente incaricato del cliente, assieme alla Direzione, in modo da risolvere le difficoltà emerse nella maniera più utile al raggiungimento degli obiettivi. A riprova di ciò, non abbiamo mai dovuto registrare delle fatture andate insolute perché contestate o rifiutate dal cliente in quanto insoddisfatto del servizio ricevuto.

Tutti i nostri collaboratori sono formati al corretto trattamento e gestione dei dati del cliente in linea con il GDPR.

ASSENZA DI BARRIERE

In generale, i servizi di soluzione e la formula più adatte a permettere l'instaurazione Fundraiserperpassione srl Società Benefit contribuiscono all'inclusione in quanto supportiamo moltissimi enti che si occupano proprio della cura di gruppi di persone svantaggiate (come persone cieche, disabili, anziane, ...).

I servizi offerti dalla Società richiedono un investimento che presuppone la disponibilità e l'intenzione da parte del cliente o potenziale tale di sviluppare il fundraising.

In alcuni casi questo può essere considerata una barriera di ingresso, ma invece si presenta come uno spartiacque che aiuta le stesse organizzazioni a fare scelte consapevoli.

Allo stesso tempo, laddove consideriamo vi sia vera volontà e potenzialità pur in presenza di problemi di budget, si cerca di individuare la di un rapporto proficuo.

Nel 2023 sono stati ripensati buona parte dei servizi proposti con una attenzione particolare alle mutate condizioni del mercato e dei clienti dopo la pandemia e alle necessità anche dei clienti più piccoli, e con meno capacità di investimento.

“Cerchiamo di far crescere il settore prima che il numero di clienti. Così facendo, poi i clienti ci cercano. E' più facile che diventi cliente chi ti ha cercato rispetto a qualcuno che hai spinto.”

[L.Z., 2021]

“Ci è capitato di dire “non comprateci!”

[L.L., 2021]

D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Il dettaglio dei nuovi servizi è descritto al punto E1, ma ciò che rileva nel rapporto con i clienti e con i potenziali clienti è che nell'elaborare le nuove proposte si è approfondito ancora di più il tema dell'utilità dei servizi e del valore aggiunto che la Fundraiserperpassione srl Società Benefit è in grado di produrre per loro e per la comunità ove questi operano.

Fundraiserperpassione srl Società Benefit considera la relazione con i clienti, ma anche con i prospect, come uno degli asset fondamentali non solo del proprio business, ma della propria missione. Le relazioni che intercorrono prima delle proposte e che a volte prevedono la costruzione quasi sartoriale di servizi «su misura» per cercare di rispondere a tutte le esigenze e i bisogni nella logica di sviluppo del settore, la fase di discussione che si rivela spesso un tempo dedicato ad una quasi co-progettazione, e la fase successiva, quand'anche questa non giunga alla sottoscrizione di un contratto, sono considerate molto importanti

In alcuni casi, Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha offerto dei servizi pro bono per supportare alcune realtà che non avrebbero potuto in alcun modo affrontare degli investimenti monetari. Nel 2023 le consulenze pro bono sono state quattro, con un totale di 70 ore investite. Un progetto riguardava il sostegno ad un movimento politico.

ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE NON ETICHE

Non si evidenziano attività di marketing e comunicazione non etiche

VERSO IL BENE COMUNE

Entro il 2025 ci impegnamo a rendere accessibile e fruibile il sito aziendale e i materiali di comunicazione anche a persone con impedimenti della vista tramite l'utilizzo del font open dislessic o del braille.

Stiamo lavorando ad un progetto di customer satisfaction, valutando di implementare delle azioni volte a misurare il grado di soddisfazione dei clienti nei confronti dei nostri servizi.

Stiamo anche valutando di stringere entro il 2025 delle partnership con interlocutori per fondi finanziati, in modo da abbattere ulteriormente le barriere economiche a favore dei nostri clienti o possibili clienti.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D1.1 Relazioni etiche con i clienti	8/7
D1.2 Assenza di barriere	7/7
D1.3 Attività di marketing e comunicazione non etiche (NEG)	0/0

D2 COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

COOPERAZIONE CON I CONCORRENTI

Sin dall'inizio della propria attività, Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha considerato strategico lo sviluppo di collaborazioni con altre organizzazioni del settore. Questo risponde al desiderio di condivisione dei saperi e delle esperienze, sia ad una necessità più generale di contribuire alla crescita del Terzo settore in Italia.

Le collaborazioni in essere riguardano alcuni concorrenti diretti, sia società che singoli consulenti non appartenenti direttamente alla nostra rete, altri fornitori del settore (Italia non profit, Rete del Dono, Iraisera, Nextbit, Sixt, Confonline), organizzazioni di settore (ASSIF, Festival del Fundraising, Terzo Filo).

Abbiamo fatto call con giovani consulenti aiutandoli a sviluppare la loro società di consulenza.

L'istituzione del Bando Dono e Dintorni sostenuto tramite il nostro fondo aziendale è stato creato allo scopo di innalzare gli standard del settore e di supportare lo sviluppo della professione del Fundraiser e la promozione della cultura del dono.

Nel 2023 è stato sostenuto con contributo di 500 € Il Non Profit Woman Camp, annuale assise che si tiene a Torino da tre anni, con lo scopo di dare voce alla componente femminile del mondo del Terzo Settore in particolare delle donne fundraiser, interne e consulenti.

Allo stesso tempo sono stati stretti dei rapporti con delle realtà esterne al settore, quali ad esempio Assobenefit e Federazione Economia del Bene Comune.

In Fundraiserperpassione è da sempre aperti al supporto di altre realtà. E' infatti nella nostra cultura supportare fundraiser junior nella definizione di tariffe e contratti, condividere contenuti e materiali con i colleghi concorrenti.

Alla fine di ogni anno pubblichiamo i dati relativi ai risultati delle nostre attività di consulenza, invitando i concorrenti a fare lo stesso, in modo da avere un'idea dell'impatto generato dal nostro settore, ma ad oggi nessun competitor sembra aver seguito questo nostro esempio.

Oramai da anni produciamo dei free kit e li rendiamo disponibili sul nostro sito. Si tratta di strumenti di lavoro che utilizziamo per il nostro lavoro e che desideriamo condividere per far crescere il settore. Anche in questo caso l'esempio non sembra essere stato seguito da altre realtà come la nostra.

SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

500 €
contributo
al Non Profit Woman
Camp

2.000 €
erogati con il Bando
Dono e Dintorni

D2 COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Nel corso del 2023 sono state realizzate 3 consulenze pro bono a favore di altrettante organizzazioni che non avevano i mezzi per sostenere un iniziale investimento nel fundraising. Queste attività hanno permesso di diffondere la cultura del dono presso questi enti e le persone che li compongono.

Nel 2023 abbiamo lavorato alla preparazione della seconda edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere per fundraiser ideata e organizzata da Fundraiserperpassione srl Società Benefit. Gli studenti della prima edizione (in tot. 9) erano fundraiser impiegati presso enti del Terzo Settore oppure consulenti che collaborano con differenti organizzazioni. La nostra scuola è stata la prima nel panorama nazionale a rivolgersi a fundraiser già formati, con almeno due anni di esperienza lavorativa in una organizzazione non profit, i quali rappresentano appunto dei possibili concorrenti nel momento in cui decidessero di lavorare come consulenti.

ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE SUL MERCATO NEI CONFRONTI DEI CONCORRENTI

Non si evidenziano situazioni di abuso di posizione dominante sul mercato nei confronti dei concorrenti. Non si esprimono giudizi comparativi rispetto ai servizi dei concorrenti.

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D2.1 Cooperazione con i concorrenti	8/8
D2.2 Solidarietà con i concorrenti	5/5
D2.3 Abuso di posizione dominante sul mercato nei confronti dei concorrenti (NEG)	0/0

D3 IMPATTO AMBIENTALE DELL'UTILIZZO E DEL FINE VITA DI PRODOTTI E SERVIZI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

RAPPORTO COSTI/BENEFICI AMBIENTALI DI PRODOTTI E SERVIZI (EFFICIENZA E CIRCOLARITÀ)

Fundraiserperpassione srl Società Benefit offre servizi immateriali senza particolari rischi dal punto di vista ambientale. Il principale impatto ambientale è legato ai mezzi di trasporto che i consulenti usano nelle trasferte che spesso sono possibili solo in automobile. Negli ultimi anni abbiamo investito molto per potenziare le attività online che non necessitano della presenza fisica, in modo da ridurre l'impatto ambientale e intendiamo proseguire in questa direzione. In questo senso, lo sviluppo di nuovi prodotti blended (presenza e online) si è strutturata come una vera forma di innovazione del servizio.

A partire dalla quantità di CO2 misurata nel Bilancio del Bene Comune del 2020, ci siamo rivolti a Treedom per dare vita ad un progetto di compensazione delle emissioni. Abbiamo creato con loro la foresta 'Eden FPP', in Africa e in Sud America, con 330 alberi piantumati in 2 anni.

Una volta creata la foresta virtuale su Treedom, l'abbiamo comunicata e condivisa con la nostra rete. In occasione del Natale 2021, abbiamo individuato 140 tra clienti, collaboratori, partner, amici a cui regalare questi alberi virtuali, in modo che questo progetto potesse divenire condiviso con il nostro network.

Nel 2022, nonostante il periodo difficile e la riduzione della mobilità, abbiamo proseguito il nostro progetto di compensazione delle emissioni,, portandolo a compimento in quanto gli alberi piantumati sono stati il doppio rispetto alla produzione di CO2 relativa ai KM percorsi. Tra i nostri programmi futuri abbiamo in programma di valorizzare i 330 alberi già piantumati.

UTILIZZO MODERATO DI PRODOTTI E SERVIZI (SUFFICIENZA)

Offriamo i nostri servizi solamente se riteniamo che possa essere la risposta ad un reale bisogno del cliente e/o di coloro che il nostro cliente assiste o serve. Prestiamo quindi molta attenzione alla fase di ascolto dei bisogni iniziale e siamo pronti a sconsigliare l'inizio di un progetto se crediamo che non sia a valore per il cliente.

Per il resto, al momento non viene esplicitamente promosso il principio della sufficienza nella fase di consulenza con il cliente.

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

ACCETTAZIONE INTENZIONALE DI UN IMPATTO AMBIENTALE ECESSIVO

Fundraiserperpassione
srl Società Benefit
offre servizi
immateriali senza
particolari rischi dal
punto di vista
ambientale.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D3.1 Rapporto costi/benefici ambientali di prodotti e servizi (efficienza e circolarità)	4/4
D3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)	1/1
D3.3 Accettazione intenzionale di un impatto ambientale eccessivo (NEG)	0/0

D4 PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI, CO-PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI E SERVIZI E RICERCHE DI MERCATO

Ogni progetto di consulenza viene definito negli obiettivi e nella modalità di svolgimento assieme al cliente. Il nostro metodo di lavoro si può definire come 'consulenza condivisa', in quanto riteniamo che nessuno conosce meglio l'ente di chi ogni giorno vi lavora al suo interno. Per questo motivo ogni decisione o direzione viene discussa con i referenti dell'organizzazione.

Sulla base di queste premesse, ogni servizio reso ai clienti si basa sulla co-progettazione, dal momento che il nostro modus operandi prevede che i consulenti si affianchino al cliente per realizzare insieme un loro progetto, senza calare dall'alto alcuna decisione o strategia. Il feedback diventa necessario per la buona continuazione del progetto o per l'eventuale correzione della direzione intrapresa.

Ogni cambiamento o processo nasce quindi dall'organizzazione medesima e non viene calata dall'alto o imposta dall'esterno. Per questo motivo l'attività di consulenza di Fundraiserperpassione srl Società Benefit si configura come profondamente innovativa.

D'altra parte, a partire dal 2022 abbiamo messo a regime e proseguito nel 2023 un sistema di supervisione con i consulenti per monitorare lo stato delle varie consulenze e gli obiettivi fissati, in modo da poter aggiustare la co-progettazione ove necessario. Le supervisioni avvengono con regolarità ogni due mesi e vengono investite in media un'ora oppure un'ora e mezza per ogni consulente, sulla base del numero dei clienti attivi nello specifico periodo.

Il processo sperimentato fino al 2021 per quanto concerne l'organizzazione delle supervisioni, è stato ulteriormente sviluppato nel corso del 2022 e consolidato nel 2023. Si è affinato l'utilizzo di Calendly, licenza acquistata per facilitare la prenotazione degli appuntamenti di supervisione da parte dei consulenti, si è consolidata la presenza di due persone nelle supervisioni in modo da garantire maggiore comprensione ed elaborazione sia delle situazioni dei consulenti, eventuali necessità, dubbi, critiche, miglioramento, sia degli clienti, es. a che punto sia lo sviluppo della consulenza, progressi fatti, possibilità di miglioramenti.

Si sono differenziati i tempi di durata della supervisione in funzione del numero delle consulenze in essere per ogni consulente fermo restando richieste o situazioni particolari verso le quali vi è sempre la disponibilità dei supervisori a dedicare il tempo opportuno. Questa ha permesso di efficientare il sistema ottimizzando i tempi.

D4 PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Inoltre vi è stato un apprendimento da parte dei consulenti del metodo di supervisione che ha permesso di essere più sintetici e meno dispersivi.

Si è migliorata la reportistica, divenendo più sintetica ed efficace e rimanendo, come da consuetudine, a disposizione di tutti i consulenti in modo che possa essere, laddove ognuno di loro lo ritenga utile, consultabile per valutazioni delle situazioni personali specifiche.

TRASPARENZA DEI PRODOTTI

In fase di offerta, dedichiamo molto tempo e attenzione nella spiegazione al potenziale cliente in merito alla quantità indicativa degli incontri e delle call, la durata del progetto e l'investimento richiesto.

Alla fine del percorso inviamo al cliente un report finale con i risultati conseguiti, dei feedback, suggerimenti per prossimi passi e una chiavetta USB con tutti i materiali prodotti durante la consulenza, oltre ad un voucher per un follow-up gratuito da utilizzare entro 6 mesi.

Nel corso del 2023 nove organizzazioni hanno deciso di rinnovare il loro contratto di consulenza con la nostra Società, consideriamo questo un segnale di non solo di apprezzamento del lavoro svolto ma anche di rinnovata fiducia.

ASSENZA DI INDICAZIONI SULLE SOSTANZE PERICOLOSE

Non vengono utilizzate sostanze pericolose.

VERSO IL BENE COMUNE

Vogliamo proseguire nella direzione intrapresa, valutando l'efficacia della modalità di lavoro online/blended che permette anche di attivare i clienti con maggior costanza, senza che vi sia la necessità della presenza fisica del consulente.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

D4.1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione di beni e servizi e analisi di mercato	8/8
D4.2 Trasparenza dei prodotti e servizi	3/4
D4.3 Assenza di indicazioni sulle sostanze pericolose (NEG)	0/0

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

PRODOTTI E SERVIZI SODDISFANO I BISOGNI UMANI FONDAMENTALI E CONTRIBUISCONO AD UNA BUONA VITA

Fundraiserperpassione srl Società Benefit persegue la propria missione fornendo servizi alle organizzazioni non profit e alle pubbliche amministrazioni, e con crescente interesse anche alle imprese for profit, nel perseguimento della costruzione e organizzazione di comunità inclusive dove sia desiderabile vivere per tutti.

Uno dei punti di riferimento della nostra Società, oltre allo strumento del dono, principale asset che riteniamo motivo del nostro agire essendo lo strumento attraverso il quale si possono attivare e distribuire in modo più equo le risorse disponibili nelle comunità, sono gli SDGs e gli ESG che guidano il nostro agire in senso strategico ed operativo.

Alcuni di questi vengono perseguiti direttamente, altri attraverso gli enti che supportiamo con la nostra attività e che quindi, indirettamente, fanno sì che anche Fundraiserperpassione srl Società Benefit partecipi al perseguimento degli stessi Goals. Essi si possono sintetizzare in:

- 1) Povertà zero
- 2) Fame Zero
- 3) Salute e benessere
- 4) Istruzione di qualità (direttamente con formazione pro bono)
- 5) Ridurre disuguaglianze
- 6) Acqua pulita e servizi igienico sanitari
 - 11) Città e comunità sostenibili
 - 12) Consumo e produzione responsabili
 - 13) lotta al cambiamento climatico
 - 15) vita sulla terra
 - 16) Pace, giustizia e istituzioni forti

Nel corso del 2023 si è effettuata una importante revisione dei servizi offerti. Questa revisione ha portato alla creazione di nuovi servizi che rispondono alle esigenze concrete dei clienti, con un focus particolare al settore delle cooperative sociali e ai servizi di intermediazione filantropica.

Oltre a ciò si è codificato il servizio di accompagnamento di fundraising che viene offerto ad organizzazioni che hanno già mosso i primi passi nella raccolta fondi e che desiderano consolidare metodi appresi, strumenti e risultati.

In generale, l'orientamento è non solo di rispondere a nuovi bisogni, ma anche a cercare di anticipare desideri e necessità degli interlocutori in modo da fornire stimoli continui di riflessione ed evoluzione del settore.

quota fatturato Gestione e coordinamento dei volontari:

14.950 Euro

5,35%

quota fatturato Intermediazione filantropica:

6.000 Euro

2,15%

quota fatturato Formazione:

13.506 Euro

4,84%

quota fatturato Start up fundraising:

95.925 Euro

34,35%

quota fatturato Accompagnamento fundraising:

148.836 Euro

53,30%

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Durante il 2023 anche in conseguenza dell'esperienza maturata negli anni precedenti, si è provveduto a fare una attenta analisi del contesto nel quale la Società di trova ad operare. Detto scenario è profondamente mutato e sta ancora cambiando, in particolare si è notato che sempre più è sentita la necessità non solo di cercare risorse economiche da parte delle organizzazioni non profit, ma anche di lavorare sulle relazioni interne ed esterne che stesse sono in grado di produrre.

In sostanza si è notato, soprattutto nei clienti di Fundraiserperpassione srl Società Benefit, uno spostamento dell'attenzione dalla donazione al donatore, aspetto questo, da noi, quanto mai auspicato. Abbiamo verificato come l'impatto dei servizi che la Società propone non si limiti alla ricerca ed al reperimento di risorse economiche, ma che invece sta influenzando in modo positivo il cambiamento dell'atteggiamento e dell'approccio delle organizzazioni non profit rispetto ad un asset strategico per la propria sostenibilità come è il dono.

Vi è una «maturazione», una crescita di consapevolezza ed una evoluzione delle organizzazioni non profit che fanno sì che la proposta di servizi a supporto dello sviluppo delle stesse, delle loro attività e, di conseguenza, dell'impatto che hanno nelle comunità di riferimento.

La revisione dei servizi effettuata ha quindi tenuto conto sia degli aspetti quantitativi in termini di bisogni e di investimento, sia in termini qualitativi. Siamo ora in grado di offrire ai nostri clienti e prospect la seguente gamma di servizi:

Cura, gestione e coordinamento dei volontari: le persone sono il fulcro di tutte le attività e i volontari ne rappresentano l'essenza. Il servizio prevede l'accompagnamento delle organizzazioni alla strutturazione di un programma per i donatori di tempo e competenze dalla fase di ricerca a quella della fidelizzazione. Tutto quello che serve per promuovere il dono del tempo.

Fundraising per la politica: un servizio è pensato per i movimenti, i comitati, liste civiche, partiti ed altre formazioni politiche che sentano il desiderio di stimolare partecipazione delle persone anche attraverso il fundraising. Dall'utilizzo di strumenti analogici a quelli digitali, dalla strategia di comunicazione alla trasparenza e rendicontazione, strumenti e metodi per trovare sostenitori e fidelizzarli.

Più che atleti: Il servizio mette a disposizione dell'atleta un asset strategico ormai necessario per una migliore reputazione sociale e un posizionamento etico consapevole, che non sia puramente d'immagine. Per tutti gli atleti, soprattutto per coloro che desiderano essere un'opportunità per la propria comunità.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Dopo di Noi: genitori e familiari cercano strumenti e situazioni per garantire qualità di vita e la dovuta assistenza ai propri cari per quando loro non ci saranno più o non saranno più in grado di farlo. Questo servizio è pensato per dare una risposta reale e concreta a questo pensiero che angoschia tanti genitori, fratelli e sorelle di persone con disabilità o comunque non in grado di badare a se stesse. Il servizio è stato pensato per dotare le organizzazioni non profit di un servizio che si occupi di fornire soluzioni in grado di attivare risorse per sostenere i servizi di cui le persone avranno bisogno.

Fundraising per le cooperative sociali: sono diversi modi per attuare la promozione del dono all'interno delle cooperative sociali. Il fundraising si basa sulla condivisione con il donatore della proposta di valore che l'ente propone. Questo servizio è un mix ampiamente sperimentato di individuazione della proposta di valore, comunicazione, marketing e organizzazione che esalta la forma cooperativa e attiva donatori e donazioni, e rivitalizza il senso di partecipazione dei soci.

Percorso soci: scopo di questo servizio è stimolare la partecipazione e il senso di appartenenza dei soci di associazioni e cooperative sociali. Pensato e ampiamente sperimentato parte dalla elaborazione o rivisitazione della visione e dalla missione dell'ente e si cala, attraverso un percorso condiviso, fino alla partecipazione attiva da parte dei soci alla vita ed alla gestione dell'ente. Il futuro di tutte le organizzazioni non profit passa necessariamente attraverso la partecipazione e l'interesse delle persone.

Startup per il fundraising e accompagnamento di fundraising: un percorso di accompagnamento alla scoperta del dono e delle sue potenzialità. Formazione, organizzazione, sperimentazione di campagne di raccolta fondi e lezioni apprese, per definire il proprio modello di sostenibilità. Strategie, mercati, strumenti e tecniche, il fundraising non avrà più segreti. Su questo prodotto in particolare si è approfondita e sviluppata la parte di accompagnamento post fase star up. Sono sempre di più infatti, le organizzazioni che richiedono un ulteriore periodo di consulenza per sviluppare nuovi strumenti di dono o per consolidare il patrimonio relazionale dei donatori.

Formazione: Sono stati incrementati moduli formativi aggiungendo a quelli tradizionali sul fundraising e sulla cultura del dono sia parti inerenti l'utilizzo degli strumenti digitali, sia approfondimenti di moduli sulle relazioni interpersonali e di gruppo.

Progettazione: Monitorare le opportunità, analizzarle, scrivere i progetti e rendicontarne la realizzazione, sono le attività che attraverso questo servizio gli enti saranno in grado di fare per massimizzare l'apporto che queste risorse possono portare allo sviluppo dei propri progetti.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

I nostri servizi contribuiscono a rafforzare e ri-generare le comunità rafforzando pratiche come il dono di tempo, risorse economiche e competenze.

Attraverso la propria attività al fianco delle organizzazioni non profit, Fundraiserperpassione srl Società Benefit concretizza il potenziale del dono in tutti i settori della comunità e della vita sociale, mobilizzando energie altrimenti nascoste e valorizzando competenze al servizio del benessere di tutti.

Nel corso del 2023 abbiamo rivisto, oltre ai servizi offerti, anche i criteri di rilevazione dei dati per i vari servizi. L'obiettivo era quello di offrire una visuale più ampia delle azioni realizzate durante la consulenza e dei risultati raggiunti. In particolare abbiamo posto una maggiore attenzione nei confronti del coinvolgimento delle organizzazioni nelle attività di fundraising, in particolare per quanto riguarda Consiglio di Amministrazione e dipendenti vari. L'obiettivo principale dei nostri servizi consiste nella diffusione della cultura del dono sia all'interno che all'esterno degli enti: per questo motivo abbiamo deciso di rilevare gli effetti della nostra attività anche nei confronti della struttura e del personale interno dei clienti, oltre che per quanto riguarda gli effetti esterni, ad esempio donazioni raccolte e nuovi donatori attivati.

In questo modo pensiamo che la fotografia dei risultati ottenuti possa essere più ampia e corrispondente agli effetti delle nostre azioni di consulenza.

Di seguito presentiamo i risultati e gli impatti generati nel 2023 dai nostri servizi presso gli Enti del Terzo settore accompagnati.

Questa prima tabella raffronta gli impatti avuti dai nostri clienti nel periodo 2020-2023 per quanto riguarda donazioni ricevute, nuovi donatori attivati, nuovi volontari attivati e persone assunte come fundraiser durante il periodo della consulenza:

	Donazioni ricevute dai clienti	Nuovi donatori attivati	Numero dei volontari attivati	Fundraiser assunti dai clienti
2020	4.127.483 Euro	5263	75	17
2021	3.245.777 Euro	9493	NA	10
2022	4.373.427 Euro	3839	NA	32
2023	3.498.215 Euro	3663	250	25

Questi dati sono indice di una tendenza che si è accentuata negli ultimi anni, per la quale i clienti hanno richiesto il nostro supporto non solo l'attivazione di nuovi donatori e di nuove donazioni, ma anche in modo consistente per accompagnarli nello sviluppo del proprio organico interno, sia per quanto riguarda i volontari che per l'inserimento di figure di fundraiser. L'ultimo anno ha infatti visto un incremento sostanziale dei volontari attivati dai clienti, incremento che è stato confermato rispetto al 2022 per quanto riguarda i fundraiser assunti dai clienti, che valgono come nuovi posti di lavoro creati.

Donazioni ricevute dai clienti nel 2023

3.498.215 Euro

Nuovi donatori attivati dai clienti nel 2023

3663

Fundraiser assunti dai clienti nel 2023

25

Volontari attivati dai clienti nel 2023

250

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

TIPOLOGIA DI SERVIZIO	DESCRIZIONE DEL RISULTATO	INDICATORE DI EFFICACIA	DATO 2023
STARTUP PER IL FUNDRAISING	Attività strutturata di FR	TOT donazioni raccolte	235.138 €
	Attività strutturata di FR	Numero di nuovi donatori	1245
	Aumento della cultura del dono	Numero di consiglieri del board che partecipano all'attività di fundraising	12
	Aumento della cultura del dono	Numero di volontari che partecipano all'attività di fundraising	40
	Aumento della cultura del dono	Numero di dipendenti o collaboratori che partecipano all'attività di fundraising	38
	Aumento della cultura del dono/attività strutturata	Numero persone assunte come fundraiser (part time e full time)	4
ACCOMPAGNAMENTO DI FUNDRAISING	Attività strutturata di FR	TOT donazioni raccolte	2.962.451,53 €
	Attività strutturata di FR	Numero di nuovi donatori	1508
	Aumento della cultura del dono	Numero di consiglieri del board che partecipano all'attività di fundraising	34
	Aumento della cultura del dono	Numero di volontari che partecipano all'attività di fundraising	329
	Aumento della cultura del dono	Numero di dipendenti o collaboratori che partecipano all'attività di fundraising	79
	Aumento della cultura del dono/attività strutturata	Numero persone assunte come fundraiser (part time e full time)	18

Come si evince da questa tabella, oltre a definire l'importanza del servizio di accompagnamento di fundraising, la revisione degli indicatori di valutazione ha aggiunto a quelli tradizionali legati alle donazioni, ai donatori e ai fundraiser, il monitoraggio della diffusione della cultura del dono all'interno delle organizzazioni. Questo monitoraggio avviene misurando la partecipazione del board, dei dipendenti, dei collaboratori e dei volontari all'attività di fundraising. Dal nostro punto di vista questo è l'elemento generativo, profondo delle nostre consulenze, in quanto esse mirano a cambiare in profondità i sistemi e le organizzazioni, le quali si scoprono differenti e non tornano più indietro.

In questo modo abbiamo anche abituato i nostri clienti a monitorare la diffusione della cultura del dono, proponendo e misurando queste attività di coinvolgimento delle persone che compongono l'organizzazioni alle attività di fundraising.

TIPOLOGIA DI SERVIZIO	DESCRIZIONE DEL RISULTATO	INDICATORE DI EFFICACIA	DATO 2023
GESTIONE E COORDINAMENTO DEI VOLONTARI	Cambiare l'approccio al volontariato che non è solo strumentale	Numero di incontri di formazione che non siano solo attività pura di volontariato	18
	Crescita della community	Numero dei volontari	250
	Aumento della cultura del dono	Persone assunte/individuate nell'organigramma come Peopleraiser (presenza della funzione)	2
FORMAZIONE	trasferire competenze e conoscenze ai discenti	Numero di persone formate	237

Se i servizi di start up e di accompagnamento rappresentano il cuore dell'offerta di Fundraiserperpassione, possiamo notare che nel 2023 anche i servizi di formazione e di gestione e coordinamento dei volontari hanno assunto un ruolo importante. In particolare, per quanto riguarda i volontari, abbiamo notato un incremento della richiesta di accompagnamento al fine di coinvolgere i volontari all'attività di fundraising, oltre ai volontari dedicati ai servizi offerti dagli enti.

Questo indica dal nostro punto di vista una maggiore attenzione alle persone, all'efficientamento del loro coinvolgimento e alla loro fidelizzazione e stabilità all'interno dell'ente.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Più in generale, offriamo i nostri servizi ad Enti del Terzo Settore, ovvero a soggetti privati che portano avanti in maniera maggioritaria attività di interesse generale, orientate al bene comune e allineate all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite in ambito sociale, sanitario, educativo, culturale, ambientale e di lotta alla corruzione e alla criminalità organizzata.

Fundraiserperpassione ha un impatto nella diffusione della cultura del dono, nel rafforzamento del capitale sociale caratterizzato da elementi quali la fiducia, la coesione nelle comunità e il senso civico, nella sensibilizzazione verso problematiche sociali, anche comunicando e aderendo alle cause dei propri clienti.

Contribuisce a rendere forte l'economia incentivando il movimento di risorse economiche inutilizzate e immobilizzate a beneficio del bene comune.

In modo da poter inquadrare l'impatto delle donazioni in Italia e il contesto complessivo nel quale ci inseriamo, possiamo ricordare che l'ultima edizione dell'Italy Giving Report riporta la cifra di 6,790 miliardi di Euro come valore economico totale delle donazioni individuali, stimato a partire dalle dichiarazioni dei redditi 2022 e che il 59% degli italiani ha affermato di aver effettuato donazioni nel 2023.

Fundraiserperpassione contribuisce a tutto questo sia attraverso i suoi servizi commerciali, sia attraverso incontri pro bono verso chi non ha le caratteristiche per diventare un cliente. Inoltre, partecipa e supporta annualmente il Festival del Fundraising come spazio di cultura del dono. Allo stesso tempo promuove ASSIF, Associazione Italiana Fundraiser e di anno in anno supporta eventi o iniziative volte a promuovere la crescita del settore.

Infine i nostri consulenti intervengono a conferenze e webinar, pubblicano libri e articoli sul tema.

Oltre all'impatto dei servizi di consulenza di fundraising, nel 2022 è stata realizzata la prima edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere pensata per formare i fundraiser. Uno degli obiettivi della scuola, infatti, è quello di rafforzare la consapevolezza e il ruolo di agenti di cambiamento dei fundraiser che operano nella comunità. Hanno preso parte alla scuola in totale 9 fundraiser che lavorano in (o per) varie organizzazioni non profit italiane, i quali hanno espresso una generale soddisfazione verso il progetto, i contenuti condivisi e gli apprendimenti raggiunti.

L'originalità di questa scuola consiste nel fatto che è riservata a professionisti già inseriti nel Terzo settore e già formati sulle tecniche di base del fundraising. Per questo motivo agli studenti viene richiesto almeno un periodo di due anni di esperienza oltre a delle motivazioni personali particolarmente sentite. La scuola infatti ha l'obiettivo di formare dei fundraiser «felici» che possano dare il proprio contributo alla diffusione della cultura del dono, non solo come asset di sostenibilità per le organizzazioni del Terzo Settore, ma anche come forma organizzativa delle comunità e stile di vita delle persone e dei professionisti del settore.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Nel corso del 2023 è stata preparata la seconda edizione di Eudaimonia che ha aperto i battenti a Febbraio 2024. Il lavoro portato avanti è stato soprattutto in merito all'approfondimento dei contenuti e della diffusione dell'iniziativa tra i fundraiser italiani che rappresentano il target della scuola.

Vi sono poi altre scuole nel panorama nazionale, ma tutte impostate sull'apprendimento delle tecniche del fundraising, non sul mestiere del fundraiser. Inoltre, la professione del fundraiser è stata riconosciuta dal ministero del lavoro, recentemente, più precisamente nel Gennaio del 2013 essendo stata inserita nel registro delle professioni non regolamentate. Si tratta quindi di un settore che ha trovato la propria identità professionale da pochissimo tempo. Se poi a questo aggiungiamo che, salvo il CCNL delle organizzazioni non governative, nessun CCNL prevede la qualifica di fundraiser, si può sicuramente affermare che per la storia e il riconoscimento della professione del fundraiser, quello ottenuto è sicuramente un ottimo risultato.

Riportiamo qui alcune quote prese dalla survey finale compilata dagli studenti:

'Eudaimonia ha superato qualsiasi tipo di aspettativa. Sono felice di aver scelto di intraprendere questo percorso che mi ha permesso, tra le altre cose, di conoscere ed entrare a far parte di una vera comunità di fundraiser!'

'Non ci troviamo di fronte ad un corso "classico" ma, come avete detto, siamo invitati a frequentare una "scuola di mestiere".'

'È stato un bellissimo percorso di scambio e una presa di consapevolezza importante per avviare il mio percorso di cambiamento.'

'Il residenziale è stata una esperienza davvero positiva. Pensare ad altri momenti di incontri in presenza o ad un ulteriore residenziale credo possa dare ulteriore valore aggiunto alla scuola.'

PRODOTTI E SERVIZI NON ETICI

Nè Fundraiserperpassione srl Società Benefit nè i suoi clienti offrono servizi non etici.

VERSO IL BENE COMUNE

Nel corso del 2024 prepareremo un questionario da sottoporre ai clienti per misurare il cambiamento generato dalla nostra attività di consulenza e il loro grado di soddisfazione a riguardo.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E1.1 Prodotti e servizi soddisfano bisogni umani fondamentali e contribuiscono ad una buona vita	8/8
E1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società	9/9
E1.3 Prodotti e servizi non etici (NEG)	0/0

E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPOSTE E ONERI SOCIALI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit è in regola con il pagamento di imposte e oneri sociali. Nel 2023 non ha ricevuto sovvenzioni o finanziamenti pubblici.

CONTRIBUTI VOLONTARI A FAVORE DELLA COLLETTIVITÀ

Talune attività di Fundraiserperpassione srl Società Benefit e dei suoi consulenti sono a carattere volontario o gratuito e sono finalizzate al supporto e alla crescita del Fundraising e del Terzo Settore in Italia.

Queste attività si concretizzano in:

- Dono di competenze e di tempo
- Dono di denaro (sponsorizzazioni di eventi organizzati da partner o dalla community di riferimento)
- Fondo aziendale che sostiene il Bando 'Dono e Dintorni' a favore della crescita della professione di Fundraiser

Oltre a ciò investiamo nella crescita del network professionale, coinvolgendo in alcuni progetti altri professionisti o consulenti in modo da soddisfare le esigenze dei clienti.

Progetti di consulenza pro bono

Nel 2023 abbiamo attivato quattro progetti di consulenza pro bono, uno dei quali riguardavano il sostegno a dei movimenti politici.

Conferenze e webinar organizzati da FPP o a cui FPP è stata invitata ad intervenire

Nel 2023 abbiamo organizzato 3 webinar per diffondere il Bando Dono e Dintorni, per presentare il nostro Bilancio EBC del 2023 e per promuovere un'indagine rivolta ai giovani del Terzo Settore in collaborazione con Italia non profit.

Fondo aziendale e Bando "Dono e Dintorni"

Fundraiserperpassione ha costituito (nel 2019) un fondo aziendale presso una Fondazione di Comunità, Fondazione Italia per il Dono, tramite il quale promuove ogni anno un Bando chiamato 'Dono e Dintorni', giunto alla sua quinta edizione, allo scopo di incentivare la diffusione della cultura del dono e contribuire allo sviluppo della professione del fundraiser e promotore del dono.

Tale Bando premia ogni anno due progetti in due ambiti differenti (sviluppo della professione e personal fundraiser). Questi progetti vengono poi monitorati e valutati in fase di realizzazione e di rendicontazione, la quale viene poi resa pubblica.

Nel 2023 sono stati erogati, attraverso il bando, 2.000 €. Complessivamente in cinque edizioni le erogazioni sono state di 11.205 €.

Fatturato 2023:
283.710 €

Imposte sul reddito 2023:
690 €

Retribuzioni collaboratori
2023:
37.800 €

Contributi previdenziali dei
collaboratori 2023:
9.072,00 €

imposte sulle retribuzioni
dei collaboratori 2023:
11.088,50 €

Sovvenzioni 2023: 0

Valore dell'attività di dono
sul fatturato:
4%

E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

Nel 2023 i progetti premiati nell'ambito dello sviluppo della professione sono stati quello di Nicol Gastaldello, la quale ha potuto così partecipare al Master di II livello in "Previsione Sociale – Social Foresight" promosso dal Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli studi di Trento mentre il secondo riguarda la menzione speciale a Valentina Campagnaro, fundraiser nel Consorzio Gruppo L'Incontro di Castelfranco Veneto, per il progetto La Somma delle Parti.

Per quanto riguarda l'ambito del Personal Fundraising è stato premiato il progetto di Roberto Peia, il quale ha sostenuto 3 organizzazioni non profit coinvolgendo i donatori durante una sua lunga pedalata da Milano all'Africa equatoriale. I progetti premiati possono essere consultati e approfonditi su: www.fundraiserperpassione.it/bandi/bando-2023/.

Nel 2023 abbiamo sponsorizzato:

- Non Profit Women Camp

Donazioni

Nel 2023 abbiamo donato per sostenere le seguenti iniziative:

- iniziative di alcuni nostri clienti in occasione di raccolte fondi
- Federazione per l'Economia del Bene Comune in Italia - Un'Associazione di Promozione Sociale che si occupa della promozione del modello socio-economico dell'Economia del Bene Comune e il relativo movimento internazionale a livello locale.

TIPOLOGIA DI RISORSA	AZIONE	UNITA' DI MISURA	DATO 2023	EQUIVALENTE IN €
Tempo e competenza	Progetti di consulenza pro bono	20 ore	3 progetti di consulenza pro bono	1.800
Tempo e competenze	Progetto PCA Pavoletti	50	Progetto per il calciatore Pavoletti del Cagliari	4.500
Tempo e competenza	Conferenze, webinar, speech organizzati da FPP o da altri	6 ore		540
Denaro e Rete	Erogazione Bando Dono e Dintorni	Euro	2.000	2.000
Denaro e rete	Non Profit Women Camp	Euro	500	500
Denaro	Comunità Missionaria Villaregia	€uro	2.000	2.000
Denaro	Coop. Monteverde	€uro	100	100
			TOTALE	11.440,00

E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

EVASIONE ED ELUSIONE FISCALE

Fundraiserperpassione srl Società Benefit emette fattura per ogni vendita di servizi e tutti i pagamenti avvengono a mezzo bonifico bancario e sono quindi tracciabili.

Il nostro DURC è aggiornato ogni 4 mesi.

Per evitare manovre di evasione fiscale, i rimborsi spesa dell'amministratore sono dichiarati nel cedolino paga e il rimborso chilometrico è dato dietro compilazione di un modulo in cui sono precisati il numero di chilometri percorsi e il cliente servito. Il rimborso chilometrico è calcolato utilizzando i dati pubblicati a dicembre di ogni anno sulla Gazzetta Ufficiale.

Fundraiserperpassione non è parte di un gruppo internazionale e non ha succursali estere.

MANCATA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

In quanto soci ASSIF abbiamo accettato e sottoscritto un codice etico che vieta il pagamento a percentuale delle somme raccolte attraverso le azioni di fundraising dei nostri clienti. Attiviamo le organizzazioni nella raccolta fondi, ma non tratteniamo una parte del dono in quanto non è etico e coerente con i nostri valori.

In caso di donazioni superiori a 10-12 mila euro, suggeriamo sempre ai nostri clienti di accettarli tramite atto notarile e accettazione della donazione, come forma di tutela da rischi di riciclaggio di denaro per l'ente ricevente.

VERSO IL BENE COMUNE

Per il prossimo futuro ci proponiamo di proseguire le attività indicate, migliorando le rendicontazione delle attività pro bono realizzate.

Ci impegniamo anche a rendere visibile il comprovato impatto positivo delle nostre attività e dei progetti sostenuti, ove possibile e con modalità che andremo a individuare.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E2.1 Imposte e oneri sociali	0/0
E2.2 Contributi volontari a favore della collettività	10/9
E2.3 Evasione ed elusione fiscale (NEG)	0/0
E2.4 Mancata prevenzione della corruzione (NEG)	0/0

E3 RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

IMPATTI AMBIENTALI ASSOLUTI E STRATEGIE DI GESTIONE

Fundraiserperpassione srl Società Benefit ha la sua sede operativa in locali in affitto in un ufficio in condivisione con altri professionisti.

Il contratto per luce e gas è gestito dalla proprietà. L'energia utilizzata viene ricavata per il 41% da fonti rinnovabili, per il 42% da gas naturale e la restante quota da altre fonti (carbone, nucleare, prodotti petroliferi).

La temperatura invernale è mantenuta a circa 21°C, mentre per il riscaldamento mezza stagione e raffrescamento in estate si utilizza la pompa di calore installata nel 2022.

Nell'ufficio viene praticata la raccolta differenziata. Si raccolgono separatamente anche i tappi di plastica e quelli di sughero. I primi vengono portati in un contenitore di raccolta all'ospedale di Vicenza per essere riciclati, i secondi vengono donati all'associazione Brain di Vicenza, la quale li rivende ad una ditta specializzata nel loro riciclo per la produzione di pannelli fonoassorbenti.

Utilizziamo bicchieri compostabili per il caffè, mentre le capsule non sono riciclabili.

Stampiamo il minimo indispensabile e preferiamo l'utilizzo di supporti digitali.

Siamo soliti utilizzare computer e telefoni il più possibile e, se possibile, li aggiustiamo per farli durare più a lungo.

IMPATTI AMBIENTALI RELATIVI

Non abbiamo informazioni per compararci con altri consulenti del nostro settore rispetto ad un impatto ambientale molto basso.

Il rapporto tra emissioni prodotte e fatturato ci potrebbe aiutare a monitorare il nostro miglioramento nella riduzione delle emissioni di CO₂ negli anni a venire.

Emissioni CO₂ / Fatturato 2023: 5,8x10⁻⁵ tonnellate di CO₂ per € fatturato.

Sulla base dei progetti messi in cantiere per compensare l'impatto ambientale generato, esso si traduce nella piantumazione di 208 alberi, secondo la stima preparata dall'azienda Treedom. Il programma è stato concluso con la piantumazione di 330 Alberi in due anni.

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti obiettivi di miglioramento.

**Trasporti
(si veda Tema C3)**

**Consumo di corrente
360 Kwh (equivalente a 0,13
Ton CO₂)****

**Consumo di gas
269 m3 (equivalente a
0,56 Ton CO₂)*****

**Consumo di carta:
40 Kg**

**Le emissioni di CO₂ relative all'energia elettrica sono calcolate moltiplicando i Kwh da bolletta elettrica per il fattore di emissione del Residual Mix per l'Italia. Fonte: AIB 2019, European Residual Mixes 2019 --> Production Mix 2019 (Italy).

*** Le emissioni di CO₂ relative al gas sono calcolate moltiplicando i metri cubi da bolletta per il fattore di emissione offerto da ISPRA, 2019.

VIOLAZIONE DEI REQUISITI AMBIENTALI E IMPATTO AMBIENTALE ELEVATO

Non si evidenziano non conformità di tipo ambientale.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

E3.1 Impatti ambientali assoluti e strategie di gestione	3/3
E3.2 Impatti ambientali negativi	0/0
E3.3 Violazione dei requisiti ambientali e impatto ambientale elevato (NEG)	0/0

E4 TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA

A partire dal 2019 abbiamo prodotto un report annuale pubblicato sul sito e diffuso tramite Newsletter e Social network al nostro database di contatti, clienti e simpatizzanti.

A partire dal 2021 abbiamo iniziato ad utilizzare a questo scopo anche il Bilancio del Bene Comune. A partire dal 2022 redigiamo anche la Relazione Annuale sul Perseguimento del Beneficio Comune da società Benefit.

Più in generale, comunichiamo con regolarità all'esterno tramite il nostro sito, newsletter dedicate e canali social, oppure partecipando a convegni, conferenze o interviste per mass media.

Tutte queste informazioni sono di facile accesso al pubblico tramite i vari canali, in modo da tenere aggiornato il nostro network sulle nostre attività e sui risultati raggiunti.

COINVOLGIMENTO DEL CONTESTO SOCIALE

Le persone esterne a Fundraiserperpassione srl Società Benefit possono dialogare con noi in vari modi:

- possono rispondere alle Newsletter che ricevono tramite Mailchimp
- possono commentare, interagire e contattarci tramite i canali social (Facebook e LinkedIn)
- Sul sito vi è un form dedicato alla richiesta di informazioni che riceviamo alla email info@fundraiserperpassione.it e dalla quale rispondiamo
- durante i webinar che organizziamo, le persone hanno la possibilità di interagire, chiedere informazioni o chiarimenti
- Facciamo parte di un tavolo per la diffusione della cultura del dono con Fondazione Rete del Dono con la quale abbiamo creato e sviluppato il progetto «Donor Hero», un percorso per portare il Dono all'interno dell'ultimo biennio delle scuole elementari e la prima media inferiore. Il percorso, scaricabile dal relativo sito e completamente gratuito, è il frutto della collaborazione con alcune maestre delle scuole elementari;
- Facciamo parte del comitato scientifico del Master universitario per i promotori del dono dell'Università Insubria sede di Como;
- dal nostro sito web le persone possono richiedere e scaricare del materiale gratuito (free kit e «Libretti rossi» che ogni due anni pubblichiamo con una raccolta di una decina di storie di fundraiser) che li può aiutare o ispirare nel corso dell'attività quotidiana

MANCANZA DI TRASPARENZA E INFORMAZIONI DELIBERATAMENTE ERRATE

Non si evidenziano
criticità in ambito
trasparenza e
pubblicazione di infor
mazioni errate.

E4 TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

- Siamo presenti nella vetrina creata da Italia non profit e che include i fornitori del Terzo Settore. Anche da qui possiamo venire contattati per informazioni o chiarimenti sui servizi

In sostanza vi sono diversi canali di dialogo attivi costantemente sia per condividere la discussione nei processi decisionali, sia per approfondire le stesse decisioni una volta assunte. Altri canali specifici vengono attivati all'occorrenza perché comunque la partecipazione degli stakeholder è considerata un asset strategico importante dalla Società.

VERSO IL BENE COMUNE

L'obiettivo è proseguire sulla direzione tracciata e consolidare il nostro database. Oltre a ciò ci impegniamo a tenere conto nelle comunicazioni dei dati raccolti dalla survey.



VALUTAZIONE AUTO/PEER	
E4.1 Trasparenza	3/5
E4.2 Coinvolgimento del contesto sociale	6/3
E3.3 Mancanza di trasparenza e informazioni deliberatamente errate (NEG)	0/0

CONCLUSIONI

Numeri, numeri, numeri, a volte un po' freddi a volte significativi, a volte quantitativi, ma a volte anche qualitativi, che danno conto della realtà e che aiutano ad analizzare quello che è accaduto e soprattutto a cercare di dare una direzione a quello che accadrà.

Rispetto al nostro osservatorio, le donazioni sono più o meno stabili, mentre sono diminuiti il numero dei nuovi donatori. Questo è un trend che si vede anche a livello nazionale per ragioni di concentrazione della ricchezza, ma nel nostro caso, dato il plafond dei nostri clienti, in realtà ha anche un'altra chiave di lettura: **le organizzazioni non profit con le quali collaboriamo stanno lavorando molto, e con successo, sulla fidelizzazione dei donatori attivi.**

Questo a significare che **l'attenzione dei clienti di Fundraiserperpassione si sta anche spostando dalle donazioni ai donatori**, la qual cosa altro non può farci che piacere, dovendo essere proprio i donatori il centro dell'interesse di chi fa fundraising e promozione del dono.

I nuovi indicatori che riguardano il coinvolgimento dei board, i volontari e i dipendenti che si attivano per la raccolta fondi, **ci permetteranno di comprendere anche come e quanto la cultura del dono si vada diffondendo all'interno dei singoli enti** e complessivamente nelle organizzazioni che seguiamo.

Infine, uno dei dati che ci dà maggiore soddisfazione e che comunque denota la continua crescita dell'investimento che Organizzazioni fanno nel fundraising sono quelle 22 persone assunte come fundraiser interni che porteranno avanti le attività nel corso degli anni.

Rispetto ai numeri possiamo aggiungere i dati aggregati degli ultimi 4 anni di Bilancio del Bene Comune (2020-2023):

- 15 milioni e 244 mila euro raccolti in donazioni dagli enti che seguiamo
- 22 mila 312 nuovi donatori degli enti che seguiamo
- 84 nuovi posti di lavoro creati
- 851 persone formate
- 26 pro bono attivati

Quindi si può affermare con consapevolezza e senza falsa modestia che le organizzazioni che seguiamo mostrano tutte le caratteristiche di enti che stanno facendo un "upgrade" rispetto al loro fundraising (e quindi rispetto anche alle risorse da destinare alle rispettive missioni e progetti) e il valore che producono ricade sulle comunità dove queste operano.

C'è di che essere molto contenti!

Il Team di Fundraiserperpassione

Se volete condividere feedback, fare domande e farci sapere cosa pensate del nostro Bilancio del Bene Comune 2023, non esitate a contattarci scrivendo a:

info@fundraiserperpassione.it

GRAZIE!