

Fundraiserperpassione srl Società Benefit

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

[PERIODO DI RIFERIMENTO 2024]

Referenti in FundraiserPerPassione: Luciano Zanin, Laura Lugli



Settore
Servizi alle imprese

**Soci Amministratori e
Collaboratori**
10

Fatturato
€ 267.448

Utile
€ 11.258

FUNDRAISERPERPASSIONE SRL
SB

Sede Legale
Via Roma 34, Caldogno
(VI)

Sede Operativa
Piazza Europa 13,
Caldogno (VI)

<https://www.fundraiserperpassione.it/>



La cura ha funzionato. Ora siamo pronti.
Pronti a ripartire, con rinnovato slancio.

Molti anni fa, durante un incontro formativo o forse un convegno — è passato appunto molto tempo — il professor Luca Fazzi, autorevole docente dell'Università di Trento, ci propose una riflessione tanto semplice quanto potente: ogni impresa, sia essa profit o non profit, attraversa un ciclo vitale di circa 15-20 anni. In questo arco di tempo si susseguono fasi di avvio, sviluppo, maturità, fino a un momento di svolta.

È lì che il futuro si decide: si può entrare in una fase di declino, ripiegare su una lenta sopravvivenza, oppure scegliere il coraggio del rilancio. Una strada non priva di rischi e fatica, ma capace di riaccendere la visione e l'entusiasmo.

Fundraiserperpassione è nata formalmente nel 2012, ma la sua anima operava già dall'inizio degli anni 2000. A distanza di oltre vent'anni, rileggendo il nostro cammino, riconosciamo di aver attraversato tutte le tappe: una lunga fase di start-up, lo sviluppo, la maturità, e poi il bivio. Oggi, possiamo affermarlo con convinzione: abbiamo scelto di rilanciare.

Il 2024 segna per noi l'inizio di un nuovo ciclo, che prende avvio con risultati concreti: l'anno si chiude con un utile di € 11.258, quadruplicato rispetto al 2023, anno in cui avevamo già riportato la società in attivo, superando un disavanzo di € 2.186.

Il 2025 si apre sotto il segno del cambiamento e della speranza. Una nuova squadra, un entusiasmo ritrovato, una voglia forte di mettersi ancora una volta in gioco, con l'impegno di sempre e la fedeltà ai nostri valori più profondi.

Siamo pronti a innovare strumenti, metodologie e servizi. Ma non rinunceremo mai alla nostra identità, né alla visione che ci ha guidati fin dall'inizio: lavorare con passione, anche grazie alla promozione del dono, per la costruzione di comunità in cui sia desiderabile vivere per tutti.

Buon viaggio, Fundraiserperpassione.

Luciano Zanin
CEO

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.

Dal 2022 è attiva anche Eudaimonia, la prima scuola di mestiere italiana per fundraiser felici.

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, 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

Alle società Benefit è richiesto di redigere una relazione annuale concernente il perseguimento del beneficio comune adottando uno ‘standard di valutazione esterno’ le cui caratteristiche sono elencate nell’Allegato 4 della L. 208/2015.

Da un’analisi comparativa tra le prescrizioni delle norma e le caratteristiche della matrice e del Bilancio del Bene Comune emerge che gli strumenti EBC possono essere considerati uno ‘standard di valutazione ‘esterno’ a tal fine.

Fundraiserperpassione srl Società Benefit utilizza quindi per la redazione della relazione annuale relativa al perseguimento del beneficio comune prevista per le società benefit, il Bilancio del Bene Comune, la matrice e il manuale dell’economia del Bene Comune nella versione 5.0 e secondo le linee guida predisposte dalla Federazione per l’Economia del Bene Comune in Italia relativamente al confronto e l’applicabilità delle norme di legge sulle società benefit e il Bilancio del Bene Comune: https://www.economia-del-bene-comune.it/wp-content/uploads/2021/07/Comparazione_SocietaBenefit_MatriceEBC_REV_210721.pdf

In merito alla periodicità l’Economia del Bene Comune richiede la redazione del Bilancio del Bene Comune ogni 2 anni, mentre la legge 208/2015 obbliga ad una rendicontazione non finanziaria annuale.

In tal senso nell’utilizzo della matrice ai fini di legge dovrà essere rispettata la richiesta di legge e quindi l’annualità.

Avendo redatto interamente il Bilancio del Bene Comune è necessario aggiornare il report narrativo e l’indicazione degli indicatori probanti, mentre il punteggio e la sua validazione non essendo richiesti dalla normativa ma dal movimento EBC potranno essere aggiornati ogni 2 anni.

Pertanto questo bilancio è stato sottoposto ad audit da parte di auditor riconosciuto e abilitato dal movimento internazionale per la validazione secondo le richieste del movimento internazionale.

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. 29
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

NOTA METODOLOGICA

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. 44

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 ECONGOOD. 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 sb e la Cooperativa Sociale Monteverde, sempre facilitato dai consulenti ECONGOOD. 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 2024 abbiamo lavorato soprattutto con i nostri servizi: "Consulenza di fundraising" (80,73% del fatturato), che comprende sia lo «Start up di fundraising» che l'«Accompagnamento di fundraising". Grazie a queste attività abbiamo supportato la raccolta di 4.886.367 € e abbiamo contribuito ad attivare 6.372 nuovi donatori. Inoltre, 23 persone sono state assunte come fundraiser in modo strutturato.

Infine, abbiamo erogato servizi di formazione a 375 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 2024 sono stati attivati 6 progetti di consulenza pro bono per un valore equivalente a 3.400,00 €. Inoltre, abbiamo organizzato o preso parte come relatori a conferenze, webinar e speech per un totale di 6 ore.
- Dono di denaro: nel 2024 abbiamo sponsorizzato eventi e organizzazioni nell'ambito del fundraising per un totale di 1.000 € ed effettuato donazioni per un valore complessivo di 5.000 € (compresa la settima edizione del Libretto Rosso)

L'equivalente in denaro del nostro dono, in ore o in denaro, per il 2024 è ammontato a 9.400 €, 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 2024 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).

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 2024, 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 È 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'Oobiettivo 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 È 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 È possibile consultare le sezioni B2, C2, C4, D1, D4, D2, E1, E2 del Bilancio del Bene Comune.

GUIDA ALLA LETTURA DI QUESTO BILANCIO

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

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 stato 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

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 2024 abbiamo acquistato beni e servizi per 46.521 €.

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. 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.

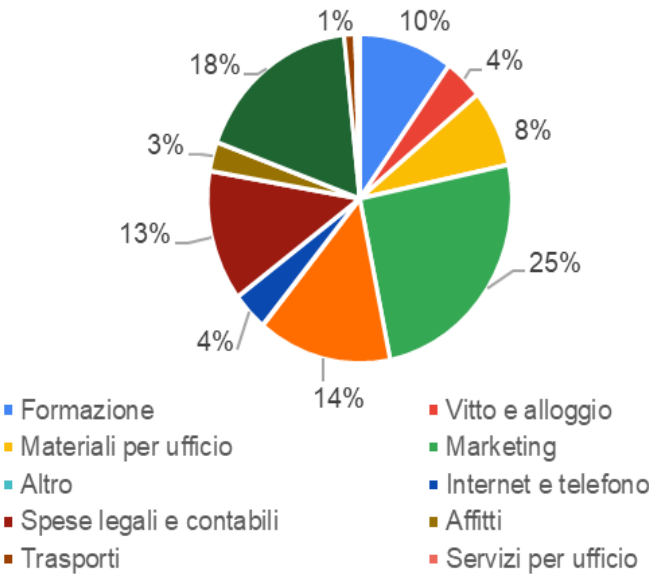
Alla fine del 2024 abbiamo definito una policy formale che guida la relazione con i fornitori dell'organizzazione. Tale policy è condivisa con il team e a disposizione nell'intranet aziendale.

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 acquisite tramite canali pubblici (sito web o social) dei fornitori di Fundraiserperpassione srl Società Benefit.

Il grafico qui sotto indica la suddivisione degli acquisti per categorie per l'anno 2024. La principale voce di acquisto è relativa al marketing, che viene realizzato quasi interamente con sponsorizzazioni, contributi e progettualità condivise con partner e competitor del settore (es. NPWC, Libretto Rosso e Festival del Fundraising).

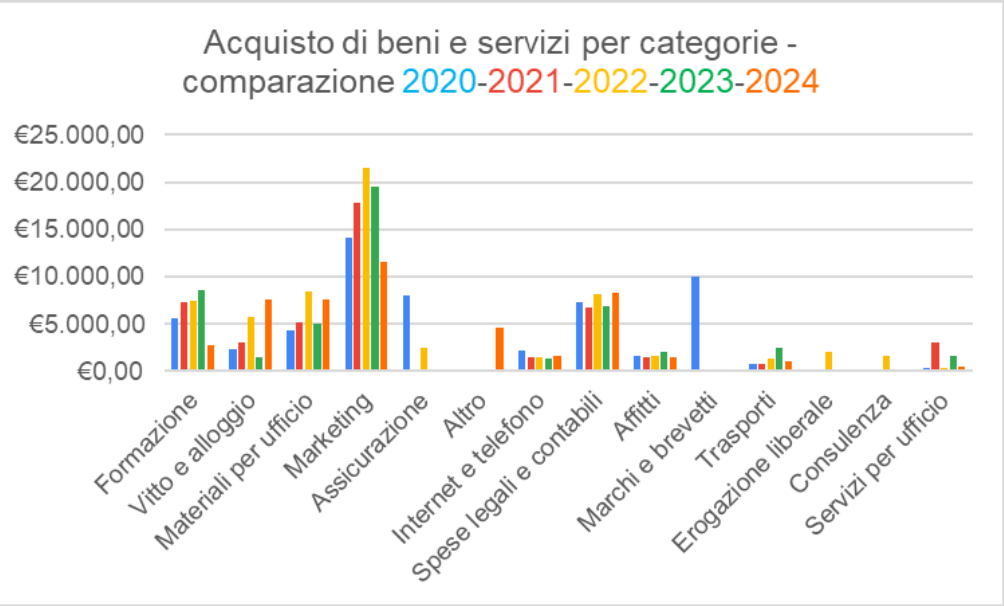
46.521 Euro
Spesa complessiva per acquisto di beni e servizi nel 2024
(esclusi i compensi per i consulenti)

Acquisto di beni e servizi per categorie - 2024



A - I FORNITORI

La seguente tabella indica invece una comparazione del volume relativo alle categorie di acquisto per gli anni 2020-2024.



Alcuni commenti che emergono da questa comparazione:

- L'investimento in formazione è diminuito in valore assoluto in seguito al riassetto dell'organico dell'organizzazione, cerchiamo infatti di valorizzare sempre di più le competenze interne, diversi colleghi hanno donato competenze al resto del gruppo;
- Abbiamo razionalizzato l'acquisto di materiali per ufficio con maggiore attenzione ai beni di consumo (carta, cartucce stampante, caffè, ecc.);
- 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 e razionalizzando gli investimenti che non risultavano utili allo sviluppo e al posizionamento aziendale.
- Abbiamo razionalizzato le spese contabili e non ci sono state spese legali;
- Abbiamo diminuito i costi di trasporto in quanto abbiamo trasferito online molte attività che prima venivano svolte solamente in presenza, incidendo quindi sull'utilizzo dell'automobile e dei mezzi pubblici.

VERSO IL BENE COMUNE

Non sono presenti obiettivi di miglioramento specifici.

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 sono state adottate le linee guida previste dalla policy degli acquisti:

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

Alla fine del 2024 si è provveduto a stilare una policy da utilizzare come guida e riferimento per quanto riguarda tutti gli acquisti aziendali. Tale policy è a disposizione di tutto il team nell'intranet aziendale.

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.

30% 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

VERSO IL BENE COMUNE

Non vi sono particolari obiettivi di miglioramento da segnalare.

VALUTAZIONE AUTO/PEER

A1.1 Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera	2/2
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. Nel corso del biennio 2023-2024 si è verificata una diminuzione significativa del volume di acquisti realizzata dalla nostra azienda rispetto al 2022, 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

Non ci sono particolari obiettivi di miglioramento da segnalare.

Durata media relazione commerciale
5 anni

Stima in termini economici della distribuzione della creazione di valore lungo la filiera:
Totale acquisti*:
46.521 €
Fatturato:
267.448 €
Rapporto creazione Valore distribuito lungo la filiera:
17%

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

Almeno il 17% 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	2/2
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

Nel 2024 si sono prestate particolari attenzioni, per quanto riguarda criteri di sostenibilità ambientale nella scelta dei fornitori, che sono state poi esplicitate a fine anno nella redazione della policy per gli acquisti, come indicato in precedenza.

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 (vedi sezione E.3 per dettagli)
- l'acquisto di apparecchi tecnologici ricondizionati anziché di nuova fabbricazione.
- La conferma del gestore telefonico considerate le certificazioni e il piano ESG di Wind tre
- L'acquisto di caffè biologico e certificato Fairtrad e e Rainforest.

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

Non vi sono particolatri obiettivi di miglioramento da segnalare.

21%

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

VALUTAZIONE AUTO/PEER	
A3.1 Impatti ambientali lungo la filiera	4/4
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. I fornitori strategici sono considerati alla stregua di partner, sono coinvolti nella co-progettazione delle attività, per questo motivo consideriamo importante condividere con loro feedback informali, 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 biennio 2023-2024 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, nel corso del 2024 abbiamo definito una policy informale poi confluita nella redazione della policy per gli acquisti redatta a fine anno, che serve da guida per gli tutti acquisti aziendali. Questa policy è a disposizione del team nell’intranet aziendale.

Segnaliamo inoltre 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.

6%
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 e nel 2024 si è posta grande attenzione al risanamento del bilancio, per tornare a registrare degli utili 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. La forte attenzione al risanamento del 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 2024 è continuata come previsto la restituzione del prestito ottenuto durante il covid e iniziata nel 2022.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario (prestito, conto corrente, assicurazione,...)	Volume 2024 (€)
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Finanziamento covid	12.524
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Conto corrente, giacenza media	3.000

VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

CAPITALE PROPRIO	28.115 €
Capitale sociale	10.000 €
Riserve	6.857 €
Utili portati a nuovo	0 €
Utile esercizio 2023	11.258 €

CAPITALE ESTERNO	61.722 €
Passività bancarie (finanziamento Covid)	12.524 €
Fondo TFR	0 €
Debiti verso fornitori	3.750 €
Debiti erario e INPS	45.448 €

CAPITALE PROPRIO	31%
CAPITALE ESTERNO	69%

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

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 delle consulenze per evitare di essere soli sul cliente e continuare a condividere, 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 dal momento che gli spostamenti in auto e le conseguenti emissioni sono state ridotte in maniera significativa. Nel corso del 2024 si è proceduto a rafforzare la direzione intrapresa nel 2023 grazie al risanamento del bilancio, chiudendo per il secondo anno consecutivo con degli utili a bilancio, permettendo quindi di progettare gli investimenti futuri con maggiore serenità.

Grazie anche al lavoro di risanamento del bilancio compiuto negli ultimi due anni, nel 2024 abbiamo realizzato la settima edizione del Libretto rosso dei fundraiser e la seconda edizione di Eudaimonia, la nostra scuola di mestiere per fundraiser. Entrambe queste iniziative vengono descritte in maniera completa nella sezione E del presente bilancio.

INVESTIMENTI UTILI PER IL FUTURO AZIENDALE	
Elenco investimenti preventivati	per il 2024 - Volume (€)
Progetto compensazione emissioni	
Collaboratore part time dedicato allo sviluppo	22200
Passaggio a società benefit	
Associazione a Assobenefit	400
Libretto Rosso	3910
Scuola di mestiere	10227
Bilancio del Bene Comune	150
Formazione	3237

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 2025 è quello di investire ancora nello sviluppo della società assumendo un collaboratore dedicato alla comunicazione e allo sviluppo commerciale.

**Ammontare totale
delle immobilizzazioni
al netto degli
ammortamenti
23.569 €**

**Utili accantonati come
riserve
11.258 €**

**Utile d'esercizio
11.258 €**

VALUTAZIONE AUTO/PEER

B2.1 Impiego degli utili solidale e orientato al bene comune	10/7
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 165 alberi in vari stati dell’Africa, realizzata in collaborazione con Treedom. Questo progetto è proseguito anche nel 2022 con la piantumazione di ulteriori 165 alberi. Con questo intervento si è ritenuto completato il piano in quanto durante e dopo al pandemia i viaggi in auto sono diminuiti in maniera considerevole 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.

Il suddetto fondo ha sostenuto le attività del bando Dono e Dintorni, del quale abbiamo realizzato 5 edizioni. Il bando aveva l'obiettivo di promuovere e sviluppare le soft skills dei fundraiser, oltre a progetti di personal fundraising, vista la collaborazione con Rete del Dono. Dopo 5 edizioni del bando durante le quali sono stati erogati 11.200,00 Euro, abbiamo deciso di fermarci per una pausa di riflessione 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 anno 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/>

A partire dal 2022 invece, come forma di continuità e di sviluppo del lavoro realizzato tramite il Bando sulle soft skill dei fundraiser si è dato avvio ad Eudaimonia, la prima scuola di mestiere per fundraiser che ha avuto finora due edizioni, nel 2022 e nel 2024.

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 allineare il marchio (brand) con il team che ci lavora. In altre parole: l’identità e i valori dell’azienda non sono solo decisi dai proprietari, ma sono costruiti insieme da tutti i membri dell’organizzazione. Quindi possiamo affermare che l’azienda si comporta in modo molto partecipativo, puntando su collaborazione, responsabilità condivisa e scopo comune.

Nonostante l’organico dei consulenti si sia ridotto, si è provveduto ad adattare i processi organizzativi, mantenendo il metodo organizzativo TEAL. Sono stati aggiunti dei momenti ulteriori di confronto e collaborazione reciproca (definiti cooperative learning) che permettono la condivisione e lo sviluppo di competenze reciproche.

«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

C - I LAVORATORI

Fundraiserperpassione srl Società Benefit è un network che nel 2024 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, preferendo quindi collaborare con Fundraiserperpassione srl Società Benefit come liberi professionisti.

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 con una certa fatica dovuta sia al contesto esterno che alla flessibilità interna che richiede continui adeguamenti, perseveriamo convinti che questa organizzazione sia comunque sempre da preferire rispetto ai sistemi organizzativi più tradizionali, piramidali e gerarchici.

Nel corso del 2024, anche se l'organico dei consulenti si è ridotto numericamente rispetto agli anni passati, l'organizzazione ha continuato ad ispirarsi al modello TEAL, adeguandolo alle dimensioni e alle effettive necessità dell'organizzazione.

Le informazioni (aggiornate al 2025) rispetto ai membri che compongono il team si trovano a questo link: <https://www.fundraiserperpassione.it/chiamo/>

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* (rivista nel 2021 dopo il passaggio a società Benefit) nella quale egli si è impegnato ad affidare tutte le decisioni societarie al gruppo di collaboratori di Fundraiserperpassione srl Società Benefit. La firma della costituzione segna il trasferimento del potere (non la sua semplice delega) dall'Amministratore Unico al team dei collaboratori, i quali diventano quindi pienamente responsabili del loro dominio.

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, previsti dal metodo Holacracy, nei quali il gruppo decide quali accorgimenti adottare per rendere più efficace e armonica la collaborazione. In caso di conflitti tra i collaboratori, questi 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 supervisor. 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 2024
3 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 dalla Direttrice, la quale sulla base dell'organizzazione TEAL illustrata in precedenza, è la referente sia per lo sviluppo delle attività che della cura del team permettendo così di monitorare 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 rispettivi sviluppi professionali futuri.

Nel corso del 2024, in modo da essere di aiuto nella gestione del team e degli eventuali inserimenti futuri, è stata stilata una policy informale che regola il processo di recruiting dei nuovi consulenti e collaboratori. Questa policy indica dei punti di attenzione da seguire durante la selezione delle nuove risorse del team ed è a disposizione di tutta l'organizzazione e consultabile nell'intranet aziendale.

I principali punti di attenzione riguardano l'adesione ai valori che guidano l'attività di Fundraiserperpassione srl Società Benefit (cultura del dono, senso di comunità, etica professionale, centralità della persona, autenticità e coerenza, sviluppo sostenibile, economia civile, mutualità e solidarietà) oltre a delle competenze che sono fondamentali per svolgere l'attività di consulente (competenze tecniche di fundraising, capacità di formazione e accompagnamento, consulenza strategica, facilitazione e gestione di gruppi, ascolto attivo e personalizzazione, adattabilità e innovazione, gestione etica delle relazioni commerciali, leadership gentile).

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 maturata e la costante ottimizzazione dell'organizzazione del lavoro, sia individuale che di squadra, hanno ridotto significativamente gli impegni oltre il normale orario di lavoro, ad esempio alla sera o nel weekend.

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. Al fine di garantire maggiore stabilità e chiarezza, abbiamo stabilito con ogni consulente un obiettivo di fatturato desiderato per la propria soddisfazione economica, così da gestire meglio la volatilità propria del nostro settore. 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 biennio 2023-2024.

Le collaborazioni blended, dove molta parte del lavoro viene realizzata 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 e del 2024. Questo documento, realizzato da un gruppo di lavoro composto da due consulenti, condiviso in seguito 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. Il vademecum è a disposizione del team nell'intranet aziendale e non viene diffuso all'esterno in quanto si tratta di un documento redatto ad uso e consumo dei consulenti di Fundraiserperpassione srl Società Benefit.

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 più impegnativa 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 e colleghe, 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 individuati durante i precedenti Bilanci del Bene Comune. 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

“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 e nel 2024 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.

Per fare ciò si sono organizzati dei momenti di cooperative learning durante i quali i colleghi più esperti in determinate aree hanno condiviso con il resto del team le loro conoscenze, esperienze e lezioni apprese sui temi indicati. In questo modo si è cercato di creare un sapere condiviso e allineato tra i vari consulenti, in modo da colmare eventuali lacune e permettere a tutti di essere autonomi nell’attività di consulenza con i clienti.

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

L’organizzazione si impegna a verificare che il clima di lavoro e la sostenibilità economica dell’attuale struttura sia adeguata agli obiettivi e alle indicazioni che giungono dal mercato attuale. Questo fa riferimento in particolare sia alla modalità di lavoro blended (online e in presenza) con cui vengono organizzate le consulenze, che il processo di razionalizzazione e condivisione delle regole di ingaggio dei consulenti realizzato negli ultimi due anni.



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	7/7
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 dalle attività svolte.

Fino al 2023, nel caso in cui il cliente venisse acquisito per merito del consulente era riconosciuto un premio equivalente al 10% del valore della commessa. A partire dal 2024 in poi, la funzione commerciale è stata centralizzata, quindi i consulenti non si occupano delle vendite.

Nel caso di attività di formazione, solitamente la società non trattiene nulla.

Per quanto riguarda i compensi dei collaboratori che svolgono attività di supporto o di sviluppo commerciale si 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.

Retribuzione oraria
Minima: 70 €
Massima: 100 €

Forbice salariale:
1,4

Collaboratori per tipologia di contratto 2024:
Liberi professionisti: 10
Stage / apprendistato: 0

Collaboratori per tempo di lavoro 2024:
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.

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 e nel 2024 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, la 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
- da parte della Società, 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 sono presenti specifici obiettivi di miglioramento.

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 collaboratore organizza i pasti come vuole, quindi questo aspetto risulta non applicabile.

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 vegetariano 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 a volte è reso difficoltoso a causa della collocazione dei clienti in ambiti provinciali e quindi fuori dal raggio della rete ferroviaria.

Negli ultimi tre anni il team dei consulenti si è impegnato 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 molto alti rispetto al tema ambientale e 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. Questa sensibilità emerge ad esempio nella scelta di un menu vegetariano durante gli incontri del team o nella digitalizzazione dei documenti 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.

2023	2024
Tot km percorsi	
74.500	71.956
Tot km percorsi sul fatturato (km per ogni €)	
0,26	0,27
Tot emissioni CO2eq (ton)	
13,8	12,3

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 nell'intranet aziendale (Dropbox) o rese tali su richiesta dei collaboratori. I dati finanziari sono periodicamente condivisi con i collaboratori, 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, del 2023 e del 2024 abbiamo realizzato degli incontri strategici con un gruppo di collaboratori definito dalla Direttrice, individuando quelli maggiormente disponibili e interessati ad impegnarsi nello sviluppo della Società, oltre a degli altri incontri che hanno coinvolto tutto il team, definiti come comunità di pratica. Quest'ultimi trattavano argomenti suggeriti dai membri stessi del team, con l'obiettivo di fornire degli strumenti o delle conoscenze necessarie per portare avanti nel miglior modo possibile le attività di consulenza e di accompagnamento dei clienti.

Oltre a ciò vengono organizzati regolarmente degli incontri di supervisione tra singolo consulente 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.

Nel 2024 la decisione di impegnarsi finanziariamente per assumere una nuova persona nel 2025 è stata presa coinvolgendo tutto il team, così come altre decisioni strategiche. Da quando il team è più ridotto i processi decisionali sono diventati più collegiali e tutte le decisioni vengono condivise, anche se il processo decisionale non è formalizzato con una policy specifica.

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 2025 ad organizzare tre momenti di cooperative learning che coinvolgeranno tutto il team, in modo da condividere decisioni strategiche, possibili sviluppi e buone pratiche relative alle attività di consulenza. Oltre a ciò si impegna a dare una resa grafica all'organizzazione in domini del team, in modo da renderla ancora più chiara e fruibile per tutti i membri, presenti o futuri.

VALUTAZIONE AUTO/PEER	
C4.1 Trasparenza nell'organizzazione	3/3
C4.2 Legittimazione del management	2/2
C4.3 Coinvolgimento dei lavoratori	8/9
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.

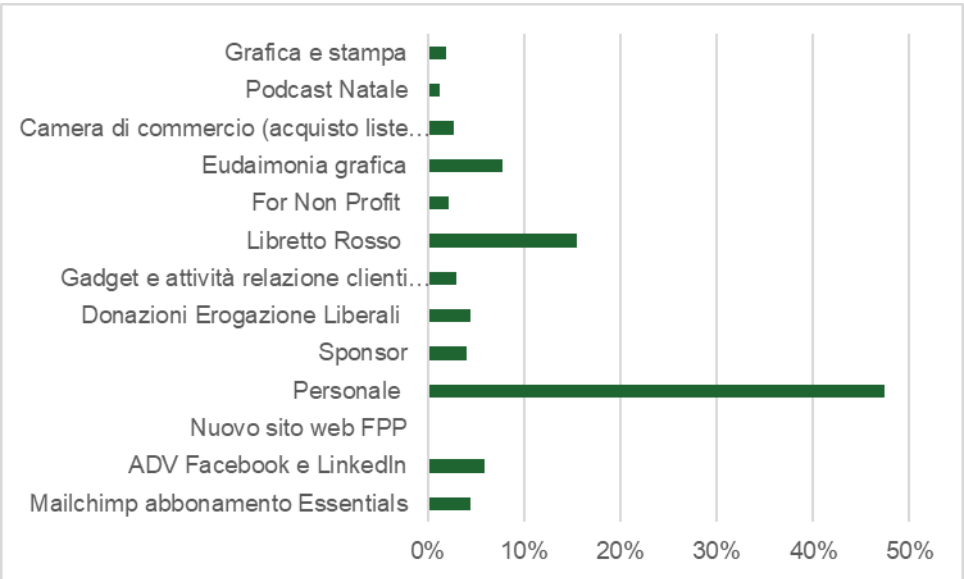
Il processo di acquisizione di nuovi clienti passa attraverso questo processo di condivisione con i clienti della conoscenza e delle competenze, grazie al quale si genera una relazione di fiducia con il cliente.

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 donati, 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 nella 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 entro sei mesi dalla conclusione, non abbandonando 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.

In alcuni casi, dopo un'attenta valutazione, si è deciso di non procedere con la firma del contratto di consulenza perché si è capito che i costi necessari per attivare il servizio sarebbero stati troppo elevati rispetto alle risorse disponibili del potenziale cliente. In altre parole, l'investimento richiesto avrebbe potuto causare difficoltà economiche o organizzative all'interno dell'ente, risultando quindi poco sostenibile. Di conseguenza, i possibili benefici derivanti dalla consulenza non avrebbero giustificato la spesa, rendendo l'intervento non vantaggioso. 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 2024



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 con i clienti o possibili tali e non da una mera azione di marketing.

Nel corso del 2024 abbiamo iniziato un'attività di contatto con una serie di cooperative sociali del Nord Italia, in seguito all'acquisizione di liste fredde di queste organizzazioni dalla Camera di Commercio e da un fornitore di anagrafiche. Lo scopo di questa attività di contatto era quello di conoscere nuove cooperative sociali alle quali offrire un check up gratuito della loro attività di fundraising, proponendo loro delle consulenze nel caso in cui ne emergesse la necessità e l'interesse in seguito al check up. Abbiamo scelto in primis come target le cooperative sociali in quanto abbiamo notato negli ultimi anni un incremento delle loro necessità di fare fundraising per sostenere il loro modello di sostenibilità e perché circa la metà dei nostri clienti hanno appunto questa forma societaria.

I contratti di consulenza offerti da Fundraiserperpassione srl Società Benefit prevedono una clausola di recesso molto flessibile e trasparente. In pratica, sia il cliente che la società possono interrompere la collaborazione in qualsiasi momento, semplicemente dando un preavviso di 30 giorni. Questo è possibile senza alcuna penale o costo aggiuntivo, a condizione che una delle due parti ritenga che il percorso di consulenza non stia portando ai risultati attesi. L'obiettivo di questa clausola è garantire un rapporto professionale basato sulla fiducia reciproca e sull'efficacia del lavoro svolto. Se i risultati non sono soddisfacenti – per motivi oggettivi o per mancato allineamento delle aspettative – entrambe le parti hanno la libertà di terminare il contratto in modo sereno e rispettoso.

I pochi reclami informali ricevuti (due 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 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 iniziale, il che significa che il cliente — o potenziale tale — deve avere sia la disponibilità economica, sia la reale intenzione di sviluppare il fundraising in modo strategico e duraturo.

“Cercare e trovare modalità che sviluppino nel contempo l'attività della Società, facciano crescere il settore e portino benefici alle singole organizzazioni è il pensiero che guida tutta l'attività di relazione con i clienti ed i potenziali tali.»

[L.Z., 2024]

"Ci hanno condotto per mano con grande competenza, professionalità e disponibilità (e passione, perché il nome non è un caso!) facendoci crescere nella cura della relazione coi sostenitori, nella diffusione della cultura del dono, nella pianificazione e realizzazione delle Raccolte Fondi. Siamo così riusciti a raggiungere obiettivi importanti (e insperati) e oggi possiamo svolgere la nostra mission con più serenità.»

[Antonio Serrau, CMV, 2024]

D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

In altre parole, non si tratta di un intervento temporaneo e superficiale, ma della volontà di creare una funzione strutturata e stabile per la raccolta fondi all'interno dell'organizzazione. Questo requisito, in alcuni casi, può essere percepito come una barriera all'ingresso, soprattutto per le realtà meno strutturate o con risorse limitate. Tuttavia, rappresenta piuttosto uno spartiacque, un momento di chiarezza: aiuta le organizzazioni a riflettere sulla propria visione e a compiere una scelta consapevole. Le pre condizioni che chiediamo possono essere attivate se c'è la motivazione. Solo chi è davvero pronto a investire nella crescita sostenibile del fundraising è nelle condizioni ideali per trarre valore dai servizi offerti.

Allo stesso tempo, laddove consideriamo vi sia vera volontà e potenzialità pur in presenza di problemi di budget, si cerca di individuare la soluzione più adatta al fine di creare 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.

Nel corso del 2024 abbiamo testato l'aderenza del portfolio dei servizi alla richiesta del mercato, cercando di capire quali fossero le esigenze e le aree di interesse predominanti per i nostri 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 2024 le consulenze pro bono sono state sei, con un totale di 34 ore investite.

ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE NON ETICHE

Non si evidenziano attività di marketing e comunicazione non etiche

VERSO IL BENE COMUNE

Stiamo 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	8/8
D1.2 Assenza di barriere	7/8
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, Irais, Nextbit, Sixt, Confinonline), 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 2024 è stato sostenuto con contributo di 500 Euro 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 per l'Economia del Bene Comune in Italia.

SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

Fundraiserperpassione è da sempre aperta 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 sul nostro sito internet e diffondiamo tramite newsletter 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**

D2 COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

L’IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Nel 2024 abbiamo realizzato la seconda edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere per fundraiser ideata e organizzata da Fundraiserperpassione srl Società Benefit. Gli studenti della seconda edizione (in tot. 5) 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	10/9
D2.2 Solidarietà con i concorrenti	5/6
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, in quanto ha permesso di ridurre in maniera notevole gli spostamenti verso i clienti, riducendo quindi di conseguenza anche le emissioni. Ad esempio tutti i collaboratori sono stati dotati di licenze Zoom allo scopo di avere gli strumenti necessari a mettere in atto questa modalità di lavoro.

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 ritenuti sufficienti rispetto alla produzione di CO2 relativa ai KM percorsi e alle emissioni prodotte (vedi sezione E3 per i dettagli). 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.

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 ECCESSIVO

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 cliente.

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.

Nel 2024 abbiamo realizzato una survey rivolta all'intero nostro database, inclusi i clienti, per comprendere quali fossero le esigenze più urgenti in termini di consulenza e formazione sul fundraising, in relazione alla situazione delle loro organizzazioni. Abbiamo ricevuto 42 risposte da membri della nostra community, pari all'1,7% di coloro che ricevono regolarmente la nostra newsletter. Per offrire un dato ancora più preciso, la newsletter viene aperta e letta abitualmente da circa 1.000 contatti (circa il 40% del nostro database totale). Di conseguenza, il questionario è stato compilato dal 4,2% di chi legge e interagisce con le nostre comunicazioni inviate tramite Mailchimp.

I risultati hanno evidenziato in particolare un bisogno formativo, sia sulle conoscenze di base del fundraising, sia su alcuni temi specifici come grandi donatori, volontari e crowdfunding.

A partire dal 2022 abbiamo stabilito in modo strutturato un sistema di supervisione con i consulenti, proseguito anche nel biennio 2023-2024, con l'obiettivo di monitorare l'andamento delle consulenze e il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Questo sistema ci consente di adattare la co-progettazione quando necessario.

D4 PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

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. L'illustrazione di questi aspetti al cliente è per noi di Fundraiserperpassione srl Società Benefit una prassi consolidata, in quanto consideriamo fondamentale l'adeguata comprensione della nostra modalità di collaborazione da parte delle organizzazioni clienti.

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 2024 n. 8 organizzazioni hanno deciso di rinnovare il loro contratto di consulenza con la nostra Società su un totale di 40 contratti attivi. 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

Nel 2025 organizzeremo un ciclo di formazione sul fundraising, pensato in base alle esigenze emerse attraverso la survey rivolta alla nostra community. Il percorso sarà strutturato in 6 lezioni introduttive sul fundraising e 4 approfondimenti dedicati a grandi donatori, board, crowdfunding e volontari. Questa offerta è stata definita analizzando le risposte alla survey, come risposta alle esigenze formative evidenziate in quell'occasione da parte della nostra community, cercando quindi di co-progettare con i nostri clienti e contatti le attività formative, in modo da rispondere ai bisogni emersi in ambito fundraising e peopleraising.



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	4/4
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.

La nostra mission è quella di diffondere la cultura del dono. Definiamo il dono 'ogni prestazione di beni e servizi effettuata, senza garanzia di restituzione, al fine di creare, alimentare o ricreare il legame sociale tra le persone', seguendo in ciò filosofo francese Jacques T. Godbot.

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 Goal. 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 puliti 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.

La revisione dei servizi effettuata ha 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.

quota fatturato Gestione e coordinamento dei volontari:

11.525 Euro
4,50%

quota fatturato Intermediazione filantropica:

22.500 Euro
8,79%

quota fatturato Formazione:

15.305 Euro
5,98%

quota fatturato Consulenza fundraising:

206.667 Euro
80,73%

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

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.

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 (consulenza 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.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

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 e ai propri progetti.

Nel corso del 2024 abbiamo avuto modo di testare ricevendo feedback informali dai clienti e dai prospect incontrati e di verificare l'aderenza di questa offerta di servizi rispetto alle necessità dei nostri clienti. Quello che abbiamo osservato è stato:

- Un aumento della visibilità e della richiesta sul tema dei volontari e dei soci
- Un interesse poco sviluppato per l'ambito del fundraising per la politica, anche perchè non è stato possibile realizzare un percorso di webinar con un partner specializzato su questi temi che avevamo in programma per diffondere questo servizio
- Per quanto riguarda Più Che Atleti abbiamo realizzato un consistente progetto (pro bono) con un calciatore del Cagliari
- Grazie alla visualizzazione del servizio Dopo di Noi abbiamo avuto la possibilità di attivare due nuovi clienti
- Il servizio sui soci viene spesso venduto in abbinamento con quello di cura e gestione dei volontari
- Per quanto riguarda la progettazione abbiamo riscontrato che è difficile vendere la formazione se poi non c'è assistenza nella redazione e nella presentazione dei progetti.

Gli altri servizi che rappresentano invece la parte più standard della nostra offerta hanno continuato a dimostrarsi efficaci e ben recepiti dal mercato, mantenendo ovviamente una certa preponderanza per quanto riguarda la consulenza di fundraising, come indicato dai dati evidenziati nei paragrafi successivi.

Non si esclude che nei prossimi anni si possa fare un'ulteriore revisione dei servizi rispetto alle esperienze che stiamo realizzando, anche se non a breve termine in quanto vogliamo continuare a testare il mercato e le sue esigenze.

Più in generale abbiamo osservato tra i clienti di Fundraiserperpassione srl Società Benefit un significativo spostamento dell'attenzione dalla semplice donazione al valore del donatore, un cambiamento che riteniamo estremamente positivo. I servizi offerti dalla Società, infatti, non si limitano al reperimento di risorse economiche, ma contribuiscono anche a trasformare in modo favorevole l'atteggiamento e l'approccio delle organizzazioni non profit, aiutandole a riconoscere il dono come un elemento strategico fondamentale per la loro sostenibilità.

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.

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, mobilitando 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 che utilizziamo per i vari servizi, impiegando quindi i medesimi criteri anche nel 2024. 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, per quanto riguarda in particolare il coinvolgimento del CdA e dei dipendenti. L’obiettivo principale dei nostri servizi consiste nella diffusione della cultura del dono sia all’interno che all’esterno degli enti e per raggiungere questo obiettivo abbiamo bisogno di coinvolgere e di modificare l’attitudine verso il dono dell’organizzazione nella sua interezza. 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 2024 dai nostri servizi presso gli Enti del Terzo settore accompagnati.

Questa prima tabella raffronta gli impatti avuti dai nostri clienti nel periodo 2020-2024 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
2024	4.886.367 Euro	6372	732	23

Dalla tabella emerge chiaramente che il 2024 è stato un anno particolarmente positivo per i clienti accompagnati, soprattutto in termini di donazioni ricevute e nuovi donatori attivati. Le donazioni, in particolare, hanno raggiunto quasi i 5 milioni di euro, grazie al continuo sviluppo delle attività di cura dei donatori portate avanti nel tempo dalle organizzazioni seguite da più anni. Questo risultato conferma quanto siano strategiche e imprescindibili le attività di cura, sviluppo dei donatori e diffusione della cultura del dono per assicurare la sostenibilità delle organizzazioni non profit.

Donazioni ricevute dai clienti nel 2024
4.886.367 Euro

Nuovi donatori attivati dai clienti nel 2024
6372

Fundraiser assunti dai clienti nel 2024
23

Nuovi volontari attivati dai clienti nel 2024
732

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Questi dati confermano una tendenza che si è consolidata negli ultimi anni: i clienti ci hanno richiesto supporto non solo per l’attivazione di nuovi donatori e l’incremento delle donazioni, ma anche, in misura crescente, per rafforzare il loro organico interno e la propria comunità di riferimento. In particolare, ci è stato chiesto di accompagnarli nello sviluppo e nel coinvolgimento dei volontari e nell’inserimento di figure professionali dedicate al fundraising. Il 2024 ha infatti registrato un incremento significativo dei volontari attivati e una stabilizzazione, rispetto al 2023, del numero di fundraiser assunti dai nostri clienti, generando così nuovi posti di lavoro nel settore.

TIPOLOGIA DI SERVIZIO	DESCRIZIONE DEL RISULTATO	INDICATORE DI EFFICACIA	DATO 2024
CONSULENZA DI FUNDRAISING	Attività strutturata di FR	TOT donazioni raccolte	4.886.367 €
	Attività strutturata di FR	Numero di nuovi donatori	6372
	Aumento della cultura del dono	Numero di consiglieri del board che partecipano all’attività di fundraising	52
	Aumento della cultura del dono	Numero di volontari che partecipano all’attività di fundraising	732
	Aumento della cultura del dono	Numero di dipendenti o collaboratori che partecipano all’attività di fundraising	75
	Aumento della cultura del dono/attività strutturata	Numero persone assunte come fundraiser (part time e full time)	23

Come si evince da questa tabella 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 dato viene rilevato tramite l’attività di accompagnamento dei consulenti che possono misurare e quantificare 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. Fare queste rilevazioni insieme al cliente significa aver fotografato inizialmente la composizione e i numeri della community iniziale (donatori, volontari, membri del cda e dipendenti coinvolti).

TIPOLOGIA DI SERVIZIO	DESCRIZIONE DEL RISULTATO	INDICATORE DI EFFICACIA	DATO 2024
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	20
	Crescita della community	Numero dei volontari	70
	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	375

Se i servizi di start-up e di accompagnamento (consulenza fundraising) rappresentano il cuore dell’offerta di Fundraiserperpassione, possiamo notare che nel 2024 anche i servizi di formazione e di gestione e coordinamento dei volontari hanno assunto un ruolo importante e incrementale rispetto anche all’anno precedente. 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

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 7,457 miliardi di Euro come valore economico totale delle donazioni individuali (+9,83% rispetto all'anno precedente), stimato a partire dalle dichiarazioni dei redditi 2023.

Se la crescita delle donazioni misurata dall'Italy Giving Report viene confermata anche dai dati della nostra attività di accompagnamento, al contrario il medesimo report ha segnalato un dato in controtendenza rispetto ai dati dei nostri clienti, cioè la diminuzione del numero dei donatori (55% degli italiani contro il 59% dell'anno prima). **Dal nostro punto di vista, concentrarsi sui donatori e non solo sulle donazioni favorisce una crescita più sana e duratura delle attività di fundraising**, come dimostrano i risultati ottenuti dai nostri clienti. Allo stesso tempo, i dati evidenziano che in Italia e nel Terzo Settore c'è ancora molto da fare per sviluppare una cultura che metta davvero i donatori al centro.

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 e il Non Profit Woman Camp.

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 2024 è stata realizzata la **seconda edizione di Eudaimonia**, la scuola di mestiere pensata per formare fundraiser felici. 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 5 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.

Rispetto alla prima edizione del 2022, alla quale hanno partecipato 9 fundraiser, si è apportata una revisione di alcuni moduli formativi, con l'inserimento di due momenti in presenza in aggiunta al residenziale già previsto nella prima edizione. 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.

E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Vi sono 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 organizzate in Ordini o Collegi. 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!"

"Eudaimonia è anche molto divertente, ci sono momenti di leggerezza, occasioni per ridere e scherzare, ma sempre con serietà impegno e condivisione".'

"Con Eudaimonia abbiamo imparato a fare quello che ci piace, abbiamo conosciuto nuovi modi di essere fundraiser, soprattutto di essere felici di esserlo"

"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

Non sono previsti specifici obiettivi di miglioramento.

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 2024 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 fino al 2023 ha sostenuto 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 2024 abbiamo attivato sei progetti di consulenza pro bono con 34 ore di consulenza donate, le quali equivalgono a 3.400 Euro in valore monetario.

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

Nel 2024 abbiamo organizzato 2 webinar per presentare il nostro Bilancio EBC del 2023 e per promuovere un'iniziativa a favore delle cooperative sociali.

Nel 2024 abbiamo sponsorizzato:

- Non Profit Women Camp
- Wineraising – annuale reunion che si tiene nell'ambito del Festival del Fundraising

Donazioni

Nel 2024 abbiamo donato per sostenere le seguenti iniziative:

- iniziative di alcuni nostri clienti in occasione di raccolte fondi (Monteverde, CMV)
- abbiamo realizzato la settima edizione del Libretto Rosso dei fundraiser, il quale viene ricevuto solo in dono dai richiedenti, i quali lo possono ricevere in formato digitale o cartaceo.

Fatturato 2024:
267.448 €

Imposte sul reddito 2024:
5.637 €

Retribuzioni collaboratori
2024:
37.800 €

Contributi previdenziali dei
collaboratori 2024:
6.152 €

Sovvenzioni 2024: 0

Valore dell'attività di dono
sul fatturato:
3%

E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

TIPOLOGIA DI RISORSA	AZIONE	UNITA' DI MISURA	DATO 2024	EQUIVALENTE IN €
Tempo e competenza	Progetti di consulenza pro bono	34 ore	6 progetti di consulenza pro bono	3.400
Denaro e competenza	Libretto rosso 7 ed.	Euro	3.900	3.900
Denaro	Wineraising	Euro	500	500
Denaro e rete	Non Profit Women Camp	Euro	500	500
Denaro	Comunità Missionaria Villaregia	€uro	1.000	1.000
Denaro	Coop. Monteverde	€uro	100	100
			TOTALE	9.400,00

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. I rimborsi spesa ai collaboratori vengono effettuati utilizzando i buoni pasto nei modi previsti dalla normativa vigente.

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-mila euro, suggeriamo sempre ai nostri clienti di riceverli tramite atto notarile e accettazione della donazione, come forma di tutela anche dei 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	10/8
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 che ci loca i locali aziendali. 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.

Come anticipato nelle sezioni precedenti, l'impatto ambientale della nostra attività aziendale è stato compensato tramite la piantumazione di 330 alberi, progetto realizzato in collaborazione con Treedom.

In modo da evidenziare come questo investimento compensi il nostro impatto ambientale, abbiamo riassunto in questa tabella l'impatto calcolato in tonnellate di CO2 della nostra attività dal 2020 al 2024, il quale risulta in un totale di 84,36 tonnellate di CO2.

	2020	2021	2022	2023	2024		
Trasporti	18,6	21,6	14,64	13,8	12,34		
Elettricità	0,1	0,12	0,15	0,12	0,14		
Gas	0,49	0,70	0,57	0,52	0,47		
	19,19	22,42	15,36	14,44	12,95	84,36 tonnellate	

Nella tabella seguente abbiamo invece riassunto lo stoccaggio di CO2 realizzato tramite il progetto di compensazione delle emissioni, sulla base dei dati forniti da Treedom, la quale dichiara che ogni albero garantisce in media 125kg di stoccaggio di CO2.

Trasporti
(si veda Tema C3)

Consumo di corrente
415 Kwh (equivalente a 221 KG CO₂)**

Consumo di gas
240 m3 (equivalente a 1,8 KG 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.

E3 RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

	2021	2022	2023	2024		
Alberi foresta Treedom	165	330	330	330		
Ton Co2 compensati ad albero	0,125	0,125	0,125	0,125		
Ton Co2 compensati/anno	20,6	41,2	41,2	41,2	144,2	tonnellate TOT

Questi dati indicano che, a partire dal 2021, anno in cui abbiamo piantumato i primi 165 alberi, sono state assorbite dalla nostra foresta circa 144 tonnellate di CO2, un valore quindi più alto rispetto alle 84 tonnellate di CO2 prodotte dalla nostra attività aziendale.

Anche se ipotizzassimo che per i primi 2 anni gli alberi piantumati non assorbono la quantità di CO2 dichiarata in quanto hanno bisogno di tempo per crescere e divenire realmente performanti, solo nel biennio 2023 -2024 la nostra foresta ha assorbito 82,4 tonnellate di CO2, il quale rappresenta in ogni caso un valore maggiore rispetto a quanto emesso.

IMPATTI AMBIENTALI RELATIVI

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

VERSO IL BENE COMUNE

Non sono presenti particolari obiettivi di miglioramento per questo ambito.



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

E4 TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

TRASPARENZA

A partire dal 2019 viene redatto un report annuale sull'impatto prodotto dalla nostra attività di consulenza e formazione. Questo report viene 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 mas 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, sia quando si avvicinano per la prima volta alla nostra organizzazione che seguendo i nostri contenuti o proposte nel tempo:

- possono rispondere alle Newsletter che ricevono tramite Mailchimp
- possono commentare, interagire e contattarci tramite i canali social (Facebook e LinkedIn, dal 2025 abbiamo in programma di aprire anche una pagina Instagram)
- Sul sito vi è un form dedicato alla richiesta di informazioni che riceviamo alla email info@fundraiserperpassione.it e dalla quale rispondiamo dando seguito alle richieste pervenute
- durante i webinar che organizziamo, le persone hanno la possibilità di interagire, chiedere informazioni o chiarimenti
- 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
- 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.

Nel 2024 abbiamo condotto una survey tra i nostri contatti per comprendere quali fossero i temi di maggior interesse, le tipologie di formazione sul fundraising più desiderate e i contenuti più utili per la loro 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

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, siano essi clienti, ex clienti, prospect, concorrenti o persone e organizzazioni che fanno parte del nostro network, 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	5/6
E4.2 Coinvolgimento del contesto sociale	6/6
E3.3 Mancanza di trasparenza e informazioni deliberatamente errate (NEG)	0/0

CONCLUSIONI

Il 2024 si conferma per Fundraiserperpassione srl Società Benefit un percorso di crescita solido e coerente con i nostri valori, non solo nei risultati economici, ma anche e soprattutto nella qualità delle relazioni che coltiviamo ogni giorno.

Fornitori

Abbiamo continuato a costruire rapporti con fornitori selezionati non solo per la qualità dei servizi offerti, ma anche per la condivisione di valori fondamentali come la dignità del lavoro, l'equità sociale e la sostenibilità ambientale. Con molti di loro abbiamo consolidato collaborazioni durature basate su fiducia, rispetto reciproco e trasparenza, confermando la nostra volontà di far sì che ogni scelta economica contribuisca al Bene Comune. L'adozione di una policy formale sugli acquisti e l'attenzione alle certificazioni sociali e ambientali dei nostri partner rappresentano tappe concrete di questo percorso, che intendiamo sviluppare ulteriormente. Si riconferma anche quest'anno la principale voce di investimento in marketing, attività che realizziamo con costanza da anni in collaborazione con partner di settore e competitor.

Elementi finanziari

Dal punto di vista finanziario, il 2024 è stato un anno di risanamento e di rafforzamento. Abbiamo chiuso con un utile sensibilmente migliorato, e si sta completando la restituzione del prestito Covid-19 e consolidando la nostra autonomia finanziaria. La scelta di reinvestire tutti gli utili nell'impresa e l'utilizzo di strumenti finanziari etici confermano il nostro impegno a operare un'economia generativa, capace di creare valore non solo per i soci, ma per l'intera comunità. Questo approccio prudente e responsabile ci permette di progettare il futuro con serenità e determinazione, mantenendo sempre saldo l'obiettivo di generare impatto positivo. Come ogni due anni da 14 anni a questa parte, un investimento importante è stato quello di pubblicare un volume che si può ricevere solo in dono e che raccoglie le storie di circa 12 fundraiser, che hanno accettato di raccontarsi. Il "libretto rosso" edito da Fundraiserperpassione è una pubblicazione che viene realizzata per promuovere la cultura del dono e la conoscenza della professione nel settore e nella comunità.

Collaboratori

I nostri collaboratori rappresentano il cuore pulsante di Fundraiserperpassione. Il modello organizzativo ispirato ai principi TEAL ha reso possibile un ambiente di lavoro basato sulla fiducia, sull'autonomia responsabile e sulla valorizzazione dei talenti individuali. Abbiamo continuato a investire nella crescita personale e professionale del team, nella conciliazione vita-lavoro, nel supporto ai care-giver e nella promozione di un clima di benessere condiviso. Anche nel 2024 la mutualità interna e la cura delle relazioni hanno rafforzato la coesione e la motivazione del gruppo, rendendolo capace di affrontare con successo le sfide di un mercato in continua evoluzione.

CONCLUSIONI

Impatto sui clienti e sul contesto esterno

L'impatto della nostra attività sui clienti e sul contesto esterno è tangibile: quasi 5 milioni di euro raccolti per gli enti accompagnati, oltre 6.300 nuovi donatori attivati, 23 fundraiser assunti. Ma soprattutto, emerge un cambiamento profondo nella cultura delle organizzazioni con cui collaboriamo: cresce l'attenzione al donatore, si diffonde la consapevolezza dell'importanza strategica del fundraising e del dono come leva di trasformazione sociale.

L'analisi degli ultimi cinque anni rafforza questa traiettoria positiva: oltre 20 milioni di euro raccolti, quasi 29.000 nuovi donatori e più di 100 nuovi posti di lavoro creati rappresentano non solo numeri, ma storie, persone, comunità che crescono grazie al dono.

In un contesto generale che registra una contrazione del numero dei donatori a livello nazionale, i nostri clienti hanno mostrato una capacità di fidelizzazione e di sviluppo delle relazioni che ci riempie di soddisfazione e conferma la validità del nostro approccio.

Il 2024 è stato anche l'anno della seconda edizione di Eudaimonia, la nostra scuola di mestiere per fundraiser felici. Si conferma così l'impegno dell'impresa, in termini di investimento, e del team, in termini di messa in campo di competenze, come atto generativo verso i colleghi. Eudaimonia nasce per accompagnare fundraiser e consulenti che desiderano trovare uno spazio sicuro e aperto dove aggiornarsi sul tema del dono, apprendere strumenti e pratiche del mestiere, e condividere dubbi, incertezze e idee con colleghi di altre realtà. La scuola offre ai professionisti del fundraising l'opportunità di sentirsi meno soli, di acquisire maggiore consapevolezza personale e professionale, e di arricchire il proprio bagaglio di competenze.

Rispetto agli obiettivi di miglioramento per il futuro

Nel complesso le diverse aree aziendali condividono un obiettivo comune, quello cioè di fare impresa contribuendo al bene comune. In particolare:

- Un obiettivo specifico di miglioramento viene individuato per il 2025: investire ulteriormente nello sviluppo della società attraverso l'assunzione di un collaboratore dedicato alla comunicazione e allo sviluppo commerciale. Questo ci permetterebbe di essere sempre più efficaci nell'intercettare organizzazioni e cittadini non ancora a conoscenza della potenza del dono e dell'efficacia del fundraising;
- Per i fornitori, viene dichiarato che non ci sono obiettivi di miglioramento specifici da segnalare.
- Dal punto di vista finanziario, il focus principale è stato il risanamento del bilancio (raggiunto) e la prosecuzione nella direzione dell'autofinanziamento. Non sono previsti nuovi prestiti, né nuovi obiettivi finanziari oltre al consolidamento.
- Sui collaboratori, si continua a lavorare su benessere e inclusione, ma non vengono fissati obiettivi nuovi particolarmente strutturati rispetto agli anni precedenti.
- Impatto sui clienti e contesto esterno, anche qui si consolida quanto già fatto, senza indicare nuovi traguardi o piani di miglioramento formale, salvo un rafforzamento della comunicazione esterna tramite nuovi canali come Instagram.

CONCLUSIONI

Si può dire in sintesi che c'è la volontà di continuità e rafforzamento più che un'apertura di nuovi fronti di sviluppo, con l'investimento su un nuovo collaboratore nell'area comunicazione.

Nel complesso, i numeri di questi anni raccontano di un percorso che va ben oltre la prestazione economica: parlano di comunità che si rafforzano, di professionisti che crescono, di territori che si rigenerano. È su questa strada che intendiamo proseguire, con la stessa passione, la stessa cura e lo stesso senso di responsabilità che hanno guidato ogni nostra scelta fin dall'inizio.

Il Team di Fundraiserperpassione

Se volete condividere feedback, fare domande e farci sapere cosa pensate del nostro Bilancio del Bene Comune 2024, non esitate a contattarci scrivendo a:

info@fundraiserperpassione.it

GRAZIE!