

Terzo Settore e Trasformazione Digitale

La prima analisi che indaga il rapporto tra i professionisti del non profit e il digitale

Report 2018



Digitale a chi?

Esiste un modo per parlare di trasformazione digitale e Terzo Settore senza retorica, semplici determinismi e facili esaltazioni? Concordiamo tutti sul fatto che la tecnologia sia abilitante e che la realtà di ciascuno di noi sia già in gran parte digitale; ma siamo sicuri che per tracciare la situazione del digitale nel Terzo Settore basti chiedersi quanti siti mobile responsive troviamo fra quelli delle fondazioni italiane o quali siano i canali social più utilizzati fra gli enti? Sono ricerche che abbiamo fatto ma che pensiamo non bastino. Le nuove tecnologie, e lo vediamo bene in molteplici mercati, stanno cambiando gli scenari con velocità e irruenza: talvolta democratizzando l'accesso a strumenti costosissimi (si pensi, banalmente, a quanti servizi di comunicazione, elaborazione e produzione di contenuti possiamo oggi utilizzare gratuitamente o quasi), altre volte aumentando a dismisura le disuguaglianze, e qui non si possono che citare i dati: chi ne avrà di più potrà certamente diventare sempre più efficiente nell'ottenerli, più bravo nell'analizzarli e potrà sfruttare strumenti che di dati si nutrono come l'Intelligenza artificiale.

È davvero molto esteso, al di là della nostra immaginazione, il potenziale innovativo che la trasformazione digitale sta spiegando. Ma per cambiare struttura del proprio DNA - perché di questo si parla - servono nuove competenze, visioni, risorse, profili, glossari e strumenti di lettura e decodifica. **Serve studiare, ascoltare, capire, provare.** E questo costa **fatica, tempo, impegno.** Perché non diventi esercizio di stile dell'ente, ulteriore luogo di rappresentanza, o megafono potente, appannaggio di pochi attori dotati di ottimi apparati e consulenti.

È sempre più frequente l'offerta di programmi gratuiti, corsi, eventi e dibattiti su questo tema in favore delle organizzazioni non profit, anche piccolissime, ma spesso non viene chiarito che **"pensare digitale"** non si esaurisce nell'essere online o nell'organizzare una raccolta fondi attraverso Facebook. Riteniamo che **"pensare digitale"** significhi provocare una rivoluzione interna all'organizzazione, e che sia prima di tutto una *sfida culturale*. Tutte le rivoluzioni portano un cambiamento

nella struttura del pensiero, degli atteggiamenti, delle prassi e infine anche nella morale. Oggi, riteniamo normale e consequenziale che piattaforme come Netflix o Spotify investano milioni di dollari per ridurre il tasso di abbandono dei loro abbonati fra sofisticati CRM, open innovation e *big data*. Lo riteniamo normale perché sappiamo che queste aziende hanno rivoluzionato il nostro modo di fruire contenuti video e musica. Se invece la churn analysis la utilizza una ONG per capire e anticipare i comportamenti dei donatori ricorsivi in procinto di distacco dall'ente allora si storce il naso, perché non siamo ancora entrati nell'ordine delle idee che la trasformazione digitale possa rivoluzionare il non profit dalle fondamenta, e che ci siano abbandoni altrettanto preziosi da prevenire.

Non si tratta quindi di una sfida in solitaria per la digitalizzazione interna degli enti quanto piuttosto l'imparare a interagire in un contesto omni-digitale che muta e muterà sempre più velocemente. Per questo, magari ad oggi non importa capire come funziona un e-wallet ma diviene fondamentale prendere coscienza che potrebbe diventare il nostro principale metodo di pagamento. Così come non importa solamente capire se abbiamo o non abbiamo i dati, le competenze e le tecnologie necessarie ad abilitare gli "algoritmi del futuro" ma dobbiamo essere consapevoli che probabilmente alcuni player potrebbero maturare vantaggi competitivi incolmabili in termini di impatto, con logiche simili a quelle viste in altri settori.

Ottimizzare un sito per i motori di ricerca aiuta l'ente ad essere più visibile, con un ritorno immediato in termini di awareness e, conseguente, di raccolta fondi. Esiste però un risultato più profondo che l'ente può ambire a ottenere: possiamo creare nuovi canali per intercettare i beneficiari, immaginare nuovi modelli di intervento che si strutturino attorno ai bisogni che le persone esprimono tramite i motori di ricerca. Ancor di più: i reparti di comunicazione hanno nello studio dei motori di ricerca strumenti che li mettono in condizione di parlare la lingua degli utenti. Gli enti hanno un'occasione nuova per eccellere integrando, con la "scusa" della SEO e la propulsione della raccolta fondi, la comunicazione e la tecnica; l'ascolto



dei bisogni dei beneficiari e la creazione di nuovi servizi. Non solo fundraising, quindi. Non solo comunicazione.

Occorre che ogni organizzazione si chieda come sta usando il digitale. Per comunicare coi millennials? Per coinvolgere i suoi donatori? Per implementare il suo modello di intervento? Per servire meglio i beneficiari? **Le ricette uguali per tutti** del tipo “digitale per tutti gli usi” non fanno male ma sono illusorie se danno all’organizzazione la sensazione della digitalizzazione senza che essa abbia avuto il tempo di interrogarsi sul senso che per lei ha il digitale e senza che si chieda se davvero il digitale può trasformare anche la vita di chi assiste. Ed è solo un esempio perchè gli usi più interessanti dei modelli predittivi sono quelli che moltiplicano esponenzialmente l’impatto di un modello di intervento su una malattia rara, sulla gestione delle dipendenze, sui caregiver (per fare solo alcuni esempi) ed è positivo che inizino a prendere forma, e forse è lì che va il futuro di un Settore pronto a “pensare (in digitale)”.

Per contribuire alla riflessione sul tema della Trasformazione Digitale nel Terzo Settore, nella seconda metà del 2017, Italia non profit ha promosso un’indagine online, che replicherà nel 2019. Oltre 450 operatori che lavorano nelle organizzazioni non profit (interni e consulenti esterni) hanno risposto al questionario che si focalizzava sullo stato dell’arte del rapporto tra gli enti e le opportunità che la trasformazione digitale offre, le competenze e la preparazione sia degli operatori che del board, le prospettive di applicazione delle nuove opportunità nelle organizzazioni.

L’indagine, che non ha alcuna velleità ad elevarsi a censimento, offre al settore ma ancor più ai singoli enti l’opportunità di misurarsi con termini e prassi che oggi sono l’ambiente naturale per le aziende e con i quali stanno iniziando a cimentarsi le stesse non profit, ciascuna con modi e velocità diverse.

Riteniamo che le risposte al questionario siano particolarmente rilevanti per tutti gli enti - indifferentemente dalla grandezza o dall’attuale propensione al digitale - in quanto permettono loro di **“guardarsi dentro”** per chiedersi quale parte del paradigma digitale non è stata ancora affrontata, quale è frutto di misunderstanding, dove l’ente può registrare ampi margini di miglioramenti o ha interesse a farlo.

Per aiutare gli enti del Terzo settore a porsi le “domande utili” anche sul digitale, Italia non profit ha inoltre pubblicato due strumenti gratuiti e accessibili a tutti; il **Glossario delle professioni digitali** connesse al non profit e il **Glossario dei termini più usati** nel campo della trasformazione digitale.

Giulia Frangione
CEO di Italia non profit



2 Introduzione

5 Executive Summary

Un'indagine su Terzo Settore e Trasformazione Digitale per porsi le giuste domande, prima di darsi tutte le risposte

8 Introduzione e Metodologia

Come abbiamo raccolto le informazioni e come è strutturata l'indagine

11 Il Campione

Chi ha partecipato all'indagine e ha condiviso il suo rapporto con il digitale

15 Gli operatori delle Organizzazioni non profit

I trend, le competenze e le sfide del digitale visti dagli occhi di chi collabora all'interno di un'organizzazione non profit

25 I consulenti esterni

Qual è lo stato dell'arte del digitale all'interno degli enti, quali sviluppi e quali necessità formative ci sono secondo i professionisti che supportano il non profit

35 Operatori VS Consulenti esterni

Confronto fra diverse prospettive, come cambiano le preoccupazioni rispetto al digitale

40 Contenuti extra

Focus tematici per approfondire: Glossario della Trasformazione digitale e Professioni Digitali

43 Chi è Italia non profit

Executive summary

**Un'indagine su Terzo Settore
e Trasformazione Digitale
per porsi le giuste domande,
prima di darsi tutte le risposte**



Un cambiamento nel modo di vivere le relazioni sociali, di lavorare, di scoprire il mondo.

Il report “Terzo Settore e Trasformazione Digitale” restituisce i risultati dell’indagine svolta da Italia non profit dal 1 agosto 2017 al 9 gennaio 2018 e rivolta agli operatori del Terzo Settore (sia interni sia consulenti esterni). L’indagine si focalizzava sullo stato dell’arte del rapporto tra gli enti e le opportunità che la trasformazione digitale offre, le competenze e la preparazione sia degli operatori che del board, le prospettive di applicazione delle nuove opportunità nelle organizzazioni. Hanno risposto completato la survey poco più di 220 operatori del Settore così suddivisi: 176 operatori interni; 51 consulenti esterni.

Nelle pagine che seguono vengono restituiti i risultati non rielaborati con l’intento di stimolare nei lettori riflessioni autonome e non guidate.

Il Report è strutturato come segue:

- Presentazione del campione
- Restituzione delle risposte degli operatori interni
- Restituzione delle risposte dei consulenti esterni
- Dati a confronto tra i due gruppi di partecipanti

Alcuni dati:

1. I soggetti partecipanti (operatori interni e consulenti esterni) hanno per la maggioranza dei casi una esperienza pluriennale nel Terzo Settore. L’80% dei consulenti che ha completato il questionario vanta più di 5 anni di esperienza come professionista riconosciuto all’interno del Settore. Stesso discorso vale per gli ope-

ratori interni dove più della metà (il 64%) ha all’attivo più di 5 anni di lavoro presso organizzazioni.

2. La percezione generale e diffusa tra gli operatori interni è che le organizzazioni manchino di visione strategica sulle tematiche digitali e che i vari board non abbiano compreso ancora, almeno non a pieno, le potenzialità di questa innovazione (per il 40% il board dell’ente non ha ancora una visione chiara di quello che il digitale potrebbe fare per aiutarli). Nonostante ciò, per il 23% dei 176 operatori gli enti hanno “incorporato il digitale in tutto ciò che facciamo”, e per il 34% il digitale è utilizzato, anche se, confermano, senza “approccio strategico”. È interessante notare come queste due risposte siano le più frequenti indipendentemente dalle dimensioni economiche dell’organizzazione: anche il 33% dei 42 operatori che lavorano in enti di piccole dimensioni (con entrate inferiori a 50k) dichiara infatti di utilizzare il digitale, ma senza una visione di più ampio respiro.

3. I consulenti vorrebbero lavorare a fianco di enti “digitalmente” sviluppati e sottolineano quanto ad oggi all’interno delle organizzazioni non vi siano ancora ambiti di eccellenza rispetto alle competenze digitali. Solo il 33% dei rispondenti ad esempio dichiara di lavorare con organizzazioni con buone competenze nell’utilizzo dei social media che rappresentano ad oggi un impor-



tante strumento di lavoro per tutte le realtà siano esse profit o non profit. La mancanza di competenze e la percezione che il digitale non sia prioritario sono, secondo i consulenti, i due ostacoli che più frequentemente bloccano la crescita in questo ambito da parte degli enti (questo vale rispettivamente per il 47% e il 43% dei rispondenti).

4. In generale:

a. Entrambi i campioni confermano che il cambiamento che il digitale porta con sé è di grande importanza anche per il futuro degli enti, anche se la sensazione è che questo sia percepito in maniera più rilevante dagli operatori interni (il 56% dei quali dichiara che “la portata del cambiamento nei prossimi anni sarà di alto impatto”). I consulenti che hanno completato il questionario si distribuiscono in maniera più omogenea tra 3 opinioni: per il 35% il cambiamento sarà di grande portata, per il 35% di media, per il 27% il cambiamento riguarderà solo alcuni enti.

b. Sia gli operatori interni sia i consulenti sentono di non essersi ancora adeguatamente preparati sul Digital Fundraising, tema ricorrente fra le sfide più preoccupanti.

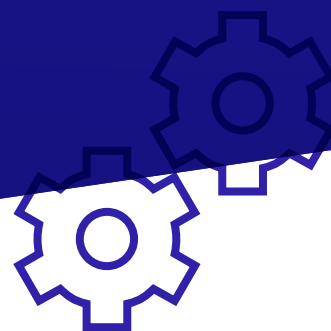
c. Gli operatori interni percepiscono l'importanza della SEO, ma si sentono anche su questo aspetto ancora “da formarsi”. Per i consulenti esterni rispondenti che si occupano prevalentemente di fundraising sembra importante formarsi di più e meglio sulle nuove forme di engagement.

Introduzione e Metodologia

**Come abbiamo raccolto
le informazioni e come
è strutturata l'indagine**



Introduzione all'Indagine e Metodologia



L'indagine è stata strutturata e somministrata grazie all'uso di un software online ed è rimasta compilabile dal **1 agosto 2017 al 9 gennaio 2018**. I dati sono stati trattati in forma anonima. Si è scelto di non svolgere operazioni di mailing o promozione aggressiva o personalizzata per favorire la partecipazione spontanea di un campione di soggetti autodefiniti caratterizzati dal fatto di operare nel Terzo Settore italiano e dal fatto di essere digitalmente proattivi.

La partecipazione è stata volontaria ed ha coinvolto **in totale 464 partecipanti**.

I principali **canali di diffusione** dell'indagine sono stati:

- **social media:** facebook, twitter, linkedin;
- **newsletter** e comunicazione diretta agli stakeholder di Italia non profit;
- **mezzi stampa;**
- **sezione dedicata all'indagine** nell'area 'Studi e Ricerche' del **sito di Italia non profit;**
- **blog**

L'indagine era costituita da **2 questionari** diversi nelle loro parti ma riguardante gli stessi temi composti da **25 domande**. Ciascuno dei quali rivolto ad un **TARGET PRECISO**:

OPERATORI INTERNI ALLE ORGANIZZAZIONI (dipendenti, collaboratori, volontari, soci, etc.) che, grazie alle loro competenze, supportano gli enti non profit.

CONSULENTI ESTERNI DI ORGANIZZAZIONI (liberi professionisti, consulenti, agenzie di supporto, etc.)



464
partecipanti



2
questionari



25
domande



Immagine di condivisione dell'indagine - settembre 2017



Per una maggiore veridicità e coerenza del campione di riferimento si è scelto di considerare ai fini di questo Report **le sole compilazioni complete**. Sono quindi state escluse tutte le compilazioni a cui mancava anche solo 1 risposta su 25 domande e tutti i questionari nei quali al termine della stesura il partecipante ha preferito non indicare indirizzo email verificabile per ricevere i risultati della Indagine.

Pertanto il campione di riferimento del Report si riferisce direttamente a:



176 RISPOSTE COMPLETE (di 408 compilazioni avvenute) per il QUESTIONARIO DEGLI OPERATORI INTERNI



51 RISPOSTE COMPLETE (di 56 compilazioni avvenute) per il QUESTIONARIO DEI CONSULENTI ESTERNI

È comunque doveroso **osservare una certa coerenza fra le caratteristiche e le risposte date dal campione escluso** rispetto a quello utilizzato ai fini del Report. Questo vale per entrambi i gruppi osservati.

Prima di entrare nei risultati dell'Indagine è importante conoscere il campione di riferimento sul quale è stata svolta. Le risposte date dai partecipanti sono figlie del loro specifico **contesto** che però è al suo interno **vario e sfaccettato**. I risultati offrono un **interessante spaccato delle sfide** presenti all'interno delle organizzazioni.

LEGENDA



la dimensione del cerchio rappresenta il numero di persone descritte dall'indice

■ Operatori
■ Consulenti

Il Campione

**Chi ha partecipato
all'indagine e ha condiviso il
suo rapporto con il digitale**



Gli operatori delle organizzazioni non profit

Hanno completato la survey:

ESPERIENZA

113/176
professionisti

Lavorano all'interno del Terzo Settore da più di 5 anni.

RUOLO

103/176
professionisti

Ricoprono un ruolo apicale all'interno dell'organizzazione e delle sue funzioni strategiche (Presidenti, Segretari, Responsabili Raccolta Fondi).



176
professionisti

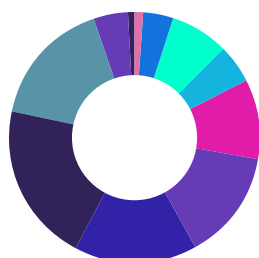


102
donne



74
uomini

Diverse generazioni coinvolte:



1%	< 1950	16%	1976 - 1980
4%	1951 - 1955	21%	1981 - 1985
7%	1956 - 1960	16%	1986 - 1990
5%	1961 - 1965	5%	1991 - 1995
10%	1966 - 1970	1%	1996 - 2000
14%	1971 - 1975		

I settori di attività degli enti presso cui operano gli operatori:

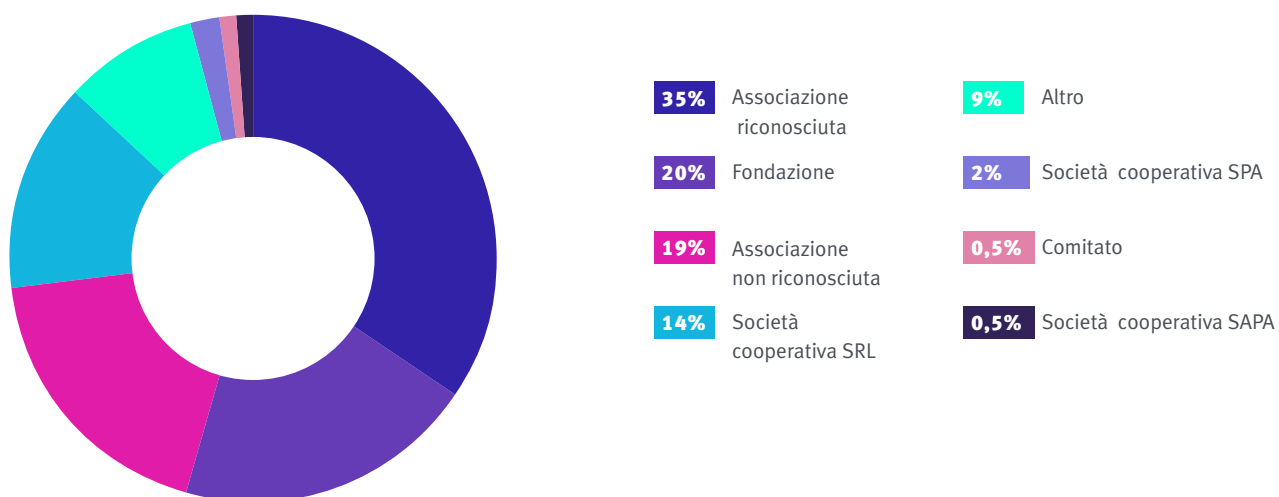


37%	Assistenza Sociale e Socio-sanitaria	11%	Cooperazione internazionale e Economia solidale	9%	Arte e Cultura	9%	Salute
9%	Ricerca, Istruzione e Formazione	9%	Altro	4%	Sport, Ricreazione e Tempo libero	4%	Filantropia e Promozione del volontariato
3%	Ambiente e Animali	3%	Tutela dei diritti e Promozione della cittadinanza	1%	Protezione civile e Emergenza	1%	Religione ed Esercizio di culto



Le organizzazioni delle quali fanno parte i 176 rispondenti presentano le seguenti caratteristiche e hanno una dimensione economica **molto variegata**.

Forma civilistica dell'ente di appartenenza:



Dimensione economica, restituita secondo le dimensioni del fatturato annuo:





Consulenti esterni

Hanno completato la survey:



51
consulenti

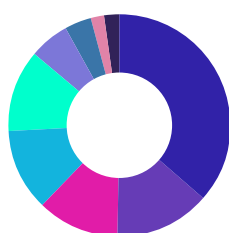


35
donne



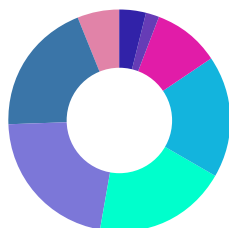
16
uomini

Area di lavoro del consulente:



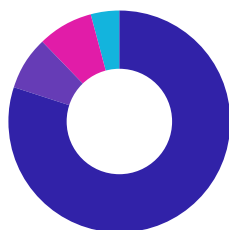
36%	Raccolta fondi	6%	Aspetti legali, Fiscalità
14%	Comunicazione	4%	Gestione risorse umane
12%	Consulenza strategica	2%	IT
12%	Progettazione	2%	Altro
12%	Marketing	0%	Amministrazione

Anno di nascita dei consulenti coinvolti:



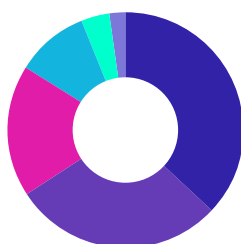
4%	1951 - 1955	20%	1971 - 1975
10%	1956 - 1960	21%	1976 - 1980
10%	1961 - 1965	20%	1981 - 1985
17%	1966 - 1970	6%	1986 - 1990

Gli anni di esperienza all'interno del Terzo Settore:



80%	Più di 5 anni
8%	4-5 anni
8%	2-3 anni
4%	Meno di un anno/1 anno

Dimensione economica degli enti nei quali lavorano i consulenti:



29%	0-100 mila euro (piccolissime)	10%	3 milioni - 10 milioni di euro (medie)
18%	100 mila - 500 mila euro (piccole)	4%	10 milioni - 30 milioni di euro (medio-grandi)
37%	500 mila - 3 milioni (medio-piccole)	2%	superiore ai 30 milioni di euro (grandi)

Gli operatori delle Organizzazioni non profit

**I trend, le competenze e le sfide
del digitale visti dagli occhi
di chi collabora all'interno di
un'organizzazione non profit**



La trasformazione digitale come un percorso in continua evoluzione.

Il digitale è ampiamente diffuso all'interno degli enti, spesso pervade tutte le attività dell'organizzazione (23%) ma non è ancora utilizzato con un approccio strategico (34%). Questo risultato è confermato anche se rapportato alle dimensioni economiche dell'ente: sia chi lavora in organizzazioni con fatturati inferiori a

50.000 euro, sia gli operatori di enti con entrate superiori a 700.000 euro hanno la sensazione che il digitale non sia approcciato in maniera strategica (questo rispettivamente per il 33% degli operatori di enti piccolissimi e per il 39% degli enti con entrate superiori a 700.000 mila euro). Gli operatori che dichiarano di avere difficoltà ad accedere agli strumenti digitali di base (6%) lavorano nel 57% dei casi in enti di piccolissime dimensioni, segnaliamo però - dato interessante - che lo stesso problema si riscontra in alcune organizzazioni con entrate tra i 50.000 e i 300.000 euro.

A che punto è il tuo Ente con il Digitale?



34%

Utilizziamo il digitale ma non abbiamo un approccio strategico

23%

Abbiamo incorporato il digitale in tutto ciò che facciamo

18%

Abbiamo una strategia digitale ma non ci siamo ancora avventurati nella trasformazione generale dell'ente in questa ottica

12%

Stiamo iniziando un processo di trasformazione digitale

7%

Stiamo pensando di sviluppare una strategia digitale

6%

Abbiamo difficoltà ad accedere agli strumenti digitali di base (ad es. sito web, social media, etc.)

0%

Altro

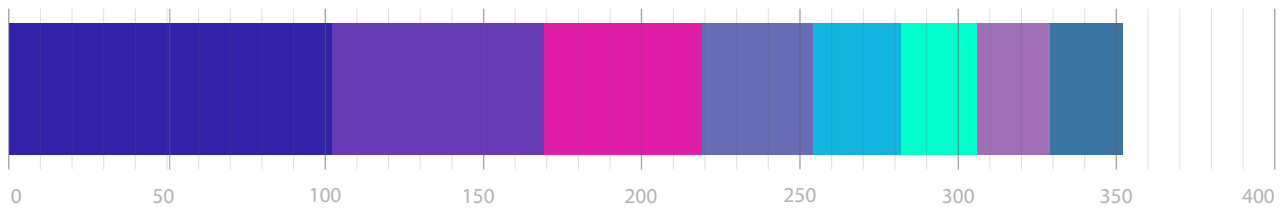


Una proattività e una consapevolezza non ancora tradotte in strategia.

Se da un lato la trasformazione digitale è vissuta per lo più senza un approccio esplicitamente strategico all'interno delle organizzazioni (58%), dall'altro la cultura in-terna è l'ambito su cui di più gli enti stanno investendo per far fiorire il digitale (38%) e vi è una forte consapevolezza dell'importanza del digitale per il lavoro futuro. Se confrontiamo i dati aggregati generali cioè di tutti i rispondenti con le dinamiche e la frequenza di risposta rispetto alla dimensione economica dell'ente, notiamo

che circa il 58% degli operatori che lavora in una non profit di grandi dimensioni (da 700.000 euro in su) dichiara che la sua organizzazione sta vivendo la trasformazione digitale "Con un certo livello di incoscienza poichè non abbiamo una chiara strategia al riguardo". Questa risposta è quella con più frequenza anche per gli operatori di enti di dimensioni economiche comprese tra i 50.000 e i 700.000 euro e tra chi lavora in enti piccoli con entrate sotto i 50.000 euro.

Come il tuo Ente sta vivendo la Trasformazione digitale? (seleziona 2 elementi)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Con un certo livello di incoscienza poichè non abbiamo una chiara strategia al riguardo	58%	102
Con proattività, l'ente lavora sulla cultura interna nel tentativo di far fiorire il digitale	38%	67
Sappiamo quanto i trend digitali stiano influenzando il lavoro del nostro Ente, e abbiamo dei piani per affrontare la sfida	28%	50
La trasformazione digitale è guidata dall'alto	20%	35
Altro	16%	28
Siamo bravi nell'innovare e nello sviluppare prodotti/servizi dalla loro ideazione al lancio grazie al digitale	14%	24
Tutti all'interno dell'ente comprendono e condividono la stessa vision digitale	13%	23
Abbiamo una strategia chiara relativa al modo in cui il digitale ci aiuterà a raggiungere gli obiettivi che ci siamo dati	13%	23

ALTRO

- Non lo stiamo potenziando anche per mancanza di personale/volontari che possano dedicare tempo
- Abbiamo difficoltà ad attuare la trasformazione digitale
- Non si sta trasformando
- Non tutti abbiamo un utilizzo del digitale comune
- Non specificato
- Non c'è coscienza del fatto che nel XXI secolo il digitale è essenziale
- Non specificato
- Male
- Poca consapevolezza delle potenzialità
- Subisce la trasformazione che avviene all'esterno della nostra organizza-

- zione. Ci si adegua al cambiamento globale.
- Abbiamo difficoltà a diffondere l'uso del digitale tra tutti i nostri volontari: molti di loro, di età non più giovane, non hanno familiarità con le tecnologie
- Il CDA e i colleghi tutti tranne uno non ne capiscono l'importanza
- Alto livello di improvvisazione per mancanza di competenze
- Con diffidenza perché i risultati conseguiti con il digitale sono lontani da quanto ci si attendeva
- Con resistenze/difficoltà da parte delle generazioni più anziane
- La nostra mission è basata sullo

- sviluppo del digitale
- Non vi è altro elemento da aggiungere
- Attualmente stiamo spostando il problema per affrontarlo superate altre difficoltà immediate
- Non è chiaro cosa significhi "trasformazione digitale" e quanto essa possa influire sul fundraising
- Ci mancano le risorse umane per poterci concentrare sul digital in modo sistematico
- Non c'è progettazione né strumenti né risorse per affrontarla, solo l'idea di volerlo fare
- C'è una visione ma a causa della mancanza di fondi le cose vanno

- molto a rilento
- Come una necessità inevitabile ma senza strategia e consapevolezza, soprattutto da parte dei dirigenti
- Tentando strade diverse dalle attuali
- Non siamo molto forti
- Lavoriamo sulla trasformazione digitale ma abbiamo pochissimo budget, per cui il lavoro è molto complicato
- Con una certa riluttanza
- Le nuove risorse assunte hanno competenze digital e ne hanno compreso il potenziale, il resto del management no

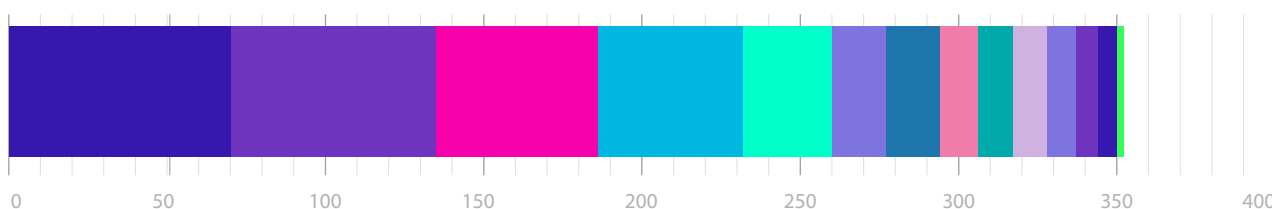
Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte



Fondi, competenze, cultura interna: sono le principali sfide della trasformazione digitale secondo gli operatori interni.

La mancanza di risorse (40%) e di know-how dedicato (37%) sono i principali ostacoli che incontrano gli enti nello sviluppo di una strategia digitale, insieme alla necessità di affrontare altre sfide giudicate come prioritarie (29%) e alla mancanza di un cambiamento culturale interno (26%).

Quali sono i maggiori ostacoli che il tuo Ente sta affrontando nell'ottenere il massimo dalla digitalizzazione? (seleziona 2 risposte)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Mancanza di fondi	40%	70
Mancanza di competenze	37%	65
Il nostro Ente sta affrontando altre sfide percepite come prioritarie rispetto al digitale	29%	51
Dobbiamo cambiare la nostra cultura interna	26%	46
Dobbiamo riorganizzare le nostre infrastrutture e/o processi (es. protezione dei dati)	16%	28
Non sappiamo come la nostra audience utilizzi il digitale	10%	17
Chi gestisce le risorse umane deve fare in modo che il digitale possa diventare una competenza core per tutti	10%	17
Al nostro ente manca la confidenza basilare con il digitale	7%	12
Non siamo sufficientemente versatili/flessibili	6%	11
Politiche interne	6%	11
Mancanza di leadership	5%	9
Siamo in concorrenza con nuove organizzazioni - non solo fra le non profit - che sono digitalmente avanzate	4%	7
Non sappiamo dove andare e come arrivarci	3%	6
Altro	1%	2

Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

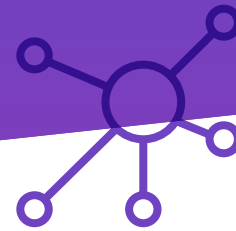
ALTRO

- Non è sempre semplice trovare soluzioni ai nuovi problemi che la trasformazione digitale trascina con sé
- Brand debole



IL KNOW-HOW

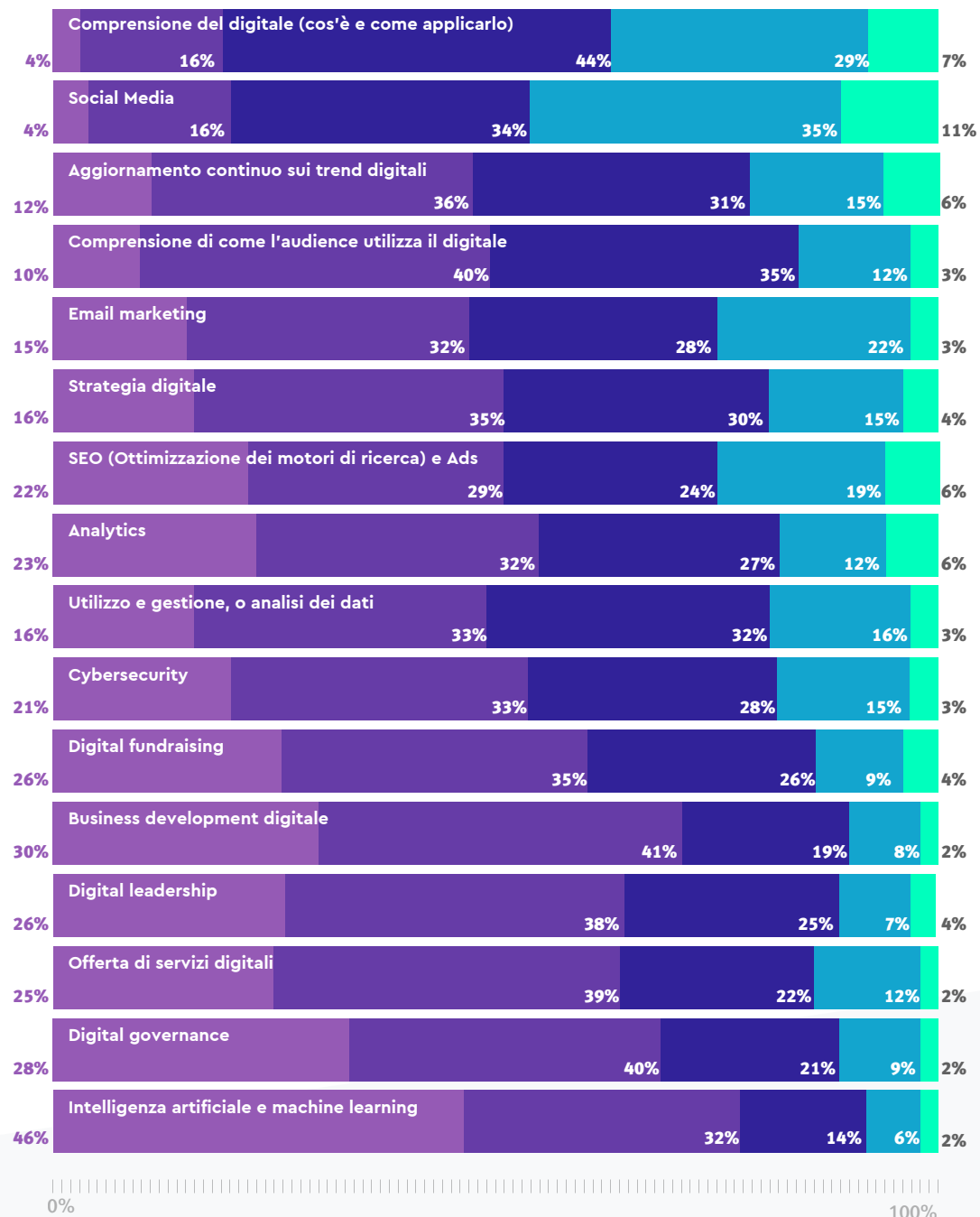
Le competenze digitali degli enti e del board Operatori delle ONP



Promossi in social media e email marketing, critici gli aspetti più avanzati del digitale.

Gli operatori del Settore giudicano sufficienti le competenze degli enti in social media, comprensione del digitale, email marketing e comprensione della audience, mentre ancora indietro le organizzazioni rispetto a IA e machine learning, digital governance e leadership.

Quale voto daresti alle competenze del tuo Ente nelle seguenti aree?





Il digitale come elemento per valutare il proprio lavoro.

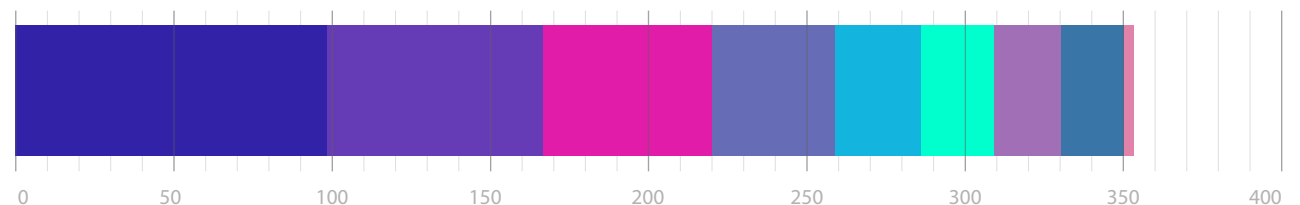
Quanto è importante per te lavorare in un Ente che sviluppa attivamente le proprie capacità e competenze digitali?



Fundraising e network: i due ambiti su cui il digitale può impattare positivamente.

Un incremento delle competenze digitali porterebbe a una migliore raccolta fondi (56%) e a un maggiore sviluppo del proprio network (39%), ma anche ad una offerta di servizi migliori per i beneficiari di cui gli enti si occupano (22%). Per l'11% le potenzialità del digitale influenzerebbero i policy maker e i media.

Cosa potrebbe fare il tuo Ente se incrementasse le proprie competenze digitali? (seleziona 2 risposte)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Aumentare il fundraising	56%	98
Aumentare il network dell'ente	39%	68
Perseguire meglio la strategia generale	30%	53
Creare servizi migliori	22%	39
Coordinare i volontari e le risorse umane più efficacemente	15%	27
Sviluppare lo staff e trattenere i talenti	13%	23
Supportare più beneficiari	12%	21
Influenzare i policy maker/decisori e i media	11%	20
Altro	2%	3

Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

ALTRO

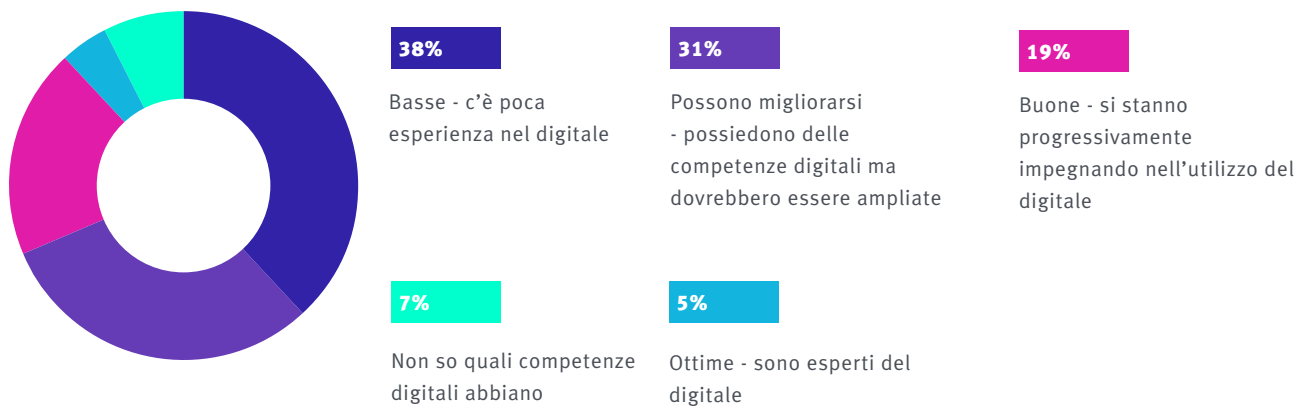
- Non saprei
- Governare complessità dei processi organizzativi e di gestione
- Creare maggiore branding



Un indirizzo digitale ancora non del tutto concretizzato all'interno del board.

Gli operatori interni alle organizzazioni ritengono in maggioranza (38%) che all'interno dei board ci sia poca esperienza sul digitale e che le competenze potrebbero essere ampliate (31%). Il 19% evidenzia però come ci siano organi di governo che si stanno progressivamente impegnando nell'utilizzo del digitale.

Che voto daresti alle competenze digitali del tuo board (organo di direzione)?



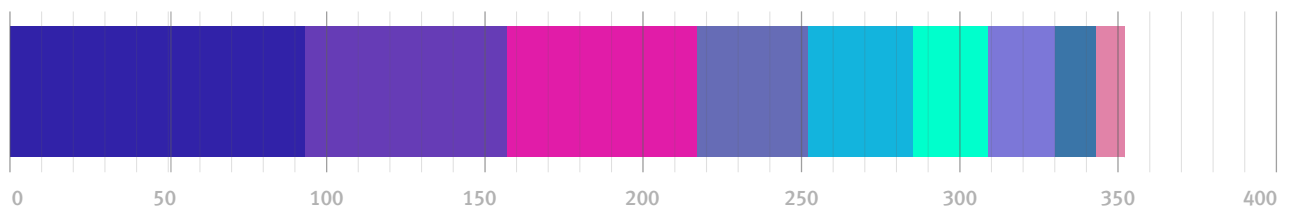


Digital fundraising: un'opportunità che coinvolge anche il board e non solo lo staff.

Il mancato sviluppo delle competenze digitali del board o del management andrebbe a incidere principalmente su due aree: sulla raccolta fondi e sull'organizzazione interna. Da un lato, si perderebbero opportunità di reperire risorse attraverso i canali digitali (53%) e di incon-

trare la propria audience (20%); dall'altro lato ci sarebbe incapacità di adattamento del lavoro ai cambiamenti in atto (36%) e una mancanza di inclusione del digitale all'interno delle strategie digitali.

Cosa pensi accadrebbe se il tuo board (organo direttivo)/o i tuoi responsabili diretti non incrementassero le proprie competenze digitali? (seleziona 2 risposte)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Perderemmo delle opportunità per il Digital fundraising	53%	93
Non saremmo in grado di adattare la nostra governance alle metodologie di lavoro moderne e alla rapidità dei cambiamenti in atto	36%	64
Utilizzeremmo il digitale in modo tattico, ma non strategico	34%	60
Non saremmo in grado di raggiungere l'audience	20%	35
Daremmo ai nostri concorrenti un vantaggio	19%	33
Potrebbe influenzare negativamente il nostro marchio e la nostra reputazione	14%	24
Non saremmo più visti come rilevanti	12%	21
Non riceveremmo il supporto necessario allo sviluppo di prodotti/servizi più digitali	7%	13
Non farà alcuna differenza o ne farà molto poca	5%	9
Altro	0%	0

Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte



Consapevolezza e pianificazione, le due competenze del board che si muove nella trasformazione digitale.

Gli operatori interni alle organizzazioni vorrebbero una dirigenza più conscia dell'importanza del digitale per le propria organizzazione (40%), in grado di pianificare

una precisa strategia digitale in merito (17%) e più for-mata su strumenti (13%) e trend digitali (13%).

Quale competenza e conoscenza digitale vorresti che avesse la direzione del tuo Ente?



40%

Una visione chiara di quello che il digitale potrebbe aiutarci a raggiungere

17%

Una buona strategia digitale

13%

Una comprensione dei trend digitali e di come questi influenzino l'Ente

13%

Un po' di esperienza e conoscenza degli strumenti digitali

11%

L'adattamento rapido al cambiamento

6%

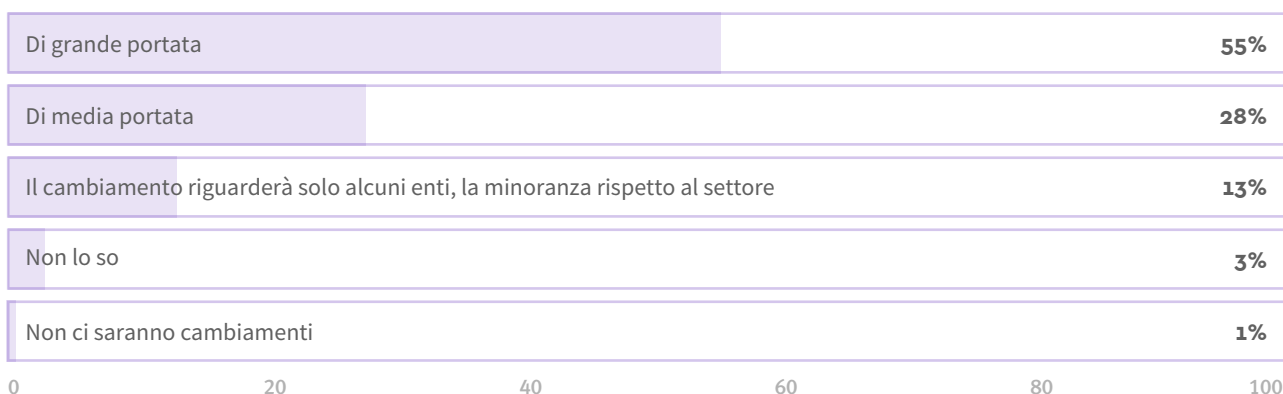
Migliori competenze di leadership (es. essere focalizzati, assertivi o collaborativi)



La convinzione che tutto stia cambiando.

È netta e diffusa la consapevolezza tra gli operatori che nel medio periodo la trasformazione digitale porterà cambiamenti di grande (55%) e media (28%) portata all'interno del Terzo Settore. C'è però una minoranza (13%) che ritiene che il cambiamento coinvolgerà solo alcuni enti.

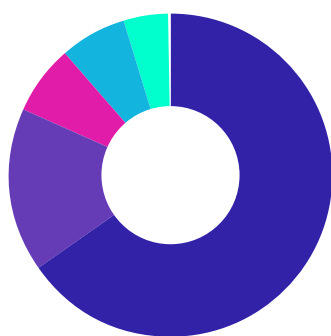
Immagina il Non Profit italiano tra 10 anni. Con l'aumento del "progresso digitale", quale sarà la dimensione del cambiamento all'interno del Terzo settore?



Il digitale come leva di attrattività lavorativa.

Gli operatori sono proattivi e motivati a far leva sul management per incoraggiare l'investimento nelle capacità e competenze digitali (65%). Una parte inoltre ritiene problematico il mancato utilizzo del digitale all'interno dell'organizzazione con cui collabora, soprattutto nel lungo periodo (16%) e una quota cercherebbe lavoro in un altro ente in cui il digitale rappresenta una priorità (7%).

Se il tuo Ente non dovesse aumentare l'utilizzo del digitale, cosa faresti?



65%

Lavorerei con il management per incoraggiare l'investimento nelle capacità e competenze digitali

16%

Rimarrei nel mio ruolo, ma non sarei sicuro di cosa fare nel lungo periodo

7%

Cercherei lavoro in un altro Ente in cui digitale=priorità

7%

Nulla

5%

Considererei l'uscita dal Terzo Settore per lavorare in mercati che utilizzano di più il digitale

I consulenti esterni

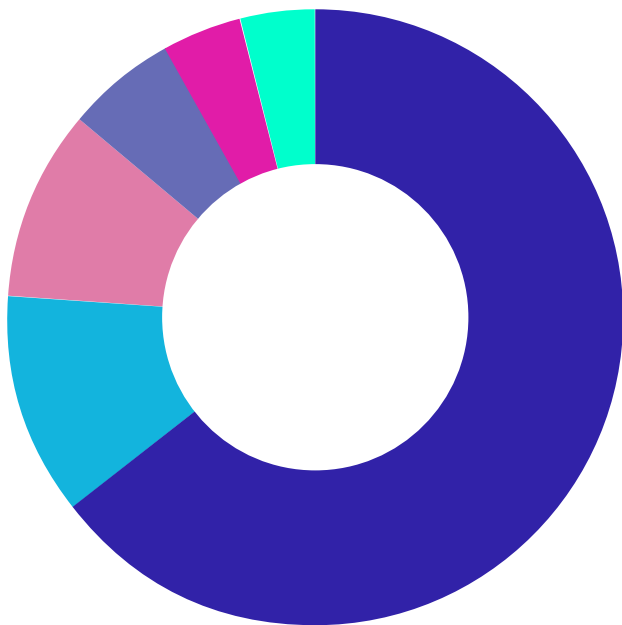
Qual è lo stato dell'arte del digitale all'interno degli enti, quali sviluppi e quali necessità formative ci sono secondo i professionisti che supportano il non profit



Tra ricerca e implementazione di una strategia digitale.

I consulenti esterni ritengono in maggioranza che, pur utilizzandolo, gli enti non hanno ancora incluso il digitale all'interno della loro strategia organizzativa (65%). Esiste però anche una parte che vede gli enti con cui collabora implementare una strategia digitale (12%).

A che punto sono gli Enti con cui collabori rispetto al Digitale?



65%

Utilizzano il digitale ma non hanno un approccio strategico

12%

Stanno pensando di sviluppare una strategia digitale

10%

Hanno difficoltà ad accedere agli strumenti digitali di base (ad es. sito web, social media, etc.)

5%

Stanno iniziando un processo di trasformazione digitale

4%

Hanno una strategia digitale ma non si sono avventurati nella trasformazione generale dell'ente in ottica del tutto digitale

4%

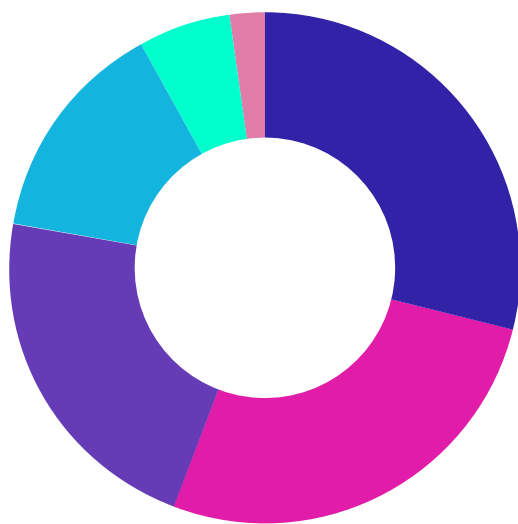
Hanno incorporato il digitale in tutto ciò che fanno



Un percorso difficile che coinvolge la cultura interna delle organizzazioni.

Se da un lato molti professionisti ritengono che gli enti stanno vivendo la digitalizzazione con fatica e senza una chiara strategia in merito (29%), una quota altrettanto importante (27%) rileva una proattività e un impegno sulla cultura interna agli enti per compiere questo percorso.

Come stanno vivendo la Trasformazione digitale gli Enti con cui collabori?



- 29%**
Altro
- 27%**
Con proattività, lavorano sulla cultura interna nel tentativo di far fiorire il digitale
- 22%**
La trasformazione digitale è guidata dall'alto
- 14%**
Sanno quanto i trend digitali stiano influenzando il lavoro degli enti e hanno dei piani per affrontare la sfida
- 6%**
Hanno una strategia chiara relativa al modo in cui il digitale li aiuterà a raggiungere gli obiettivi
- 2%**
Sono bravi nell'innovare e nello sviluppare prodotti/ servizi dalla loro ideazione al lancio, grazie al digitale

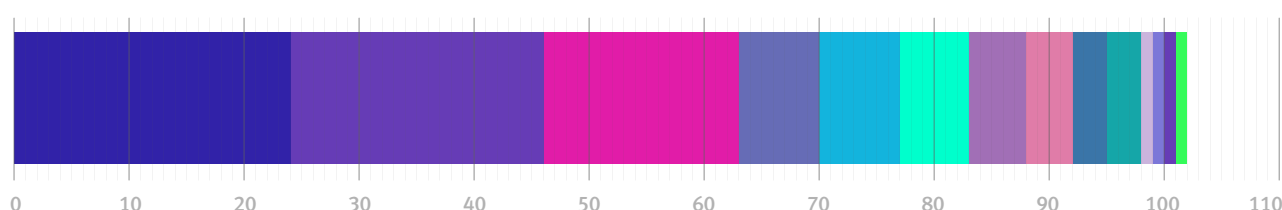
ALTRO

- Poca formazione poco investimento
- Raramente hanno una strategia
- In modo discontinuo e senza un'unica strategia di crescita e di comunicazione
- Sanno quanto i trend digitali stiano influenzando il mondo non profit ma non hanno una strategia
- Fatica e affanno
- Non sono ancora del tutto pronti e reattivi ai cambiamenti che il digitale sta portando
- Non stanno affrontando la trasformazione digitale
- A volte fanno fatica a capirne il vero uso e relativa importanza, dandosi così obiettivi e tempistiche (per raggiungerli) non realistici con i mezzi che scelgono di usare
- Hanno poche conoscenze e la subiscono
- Spesso con passività
- C'è la consapevolezza che il digitale è necessario per innovare, ma non hanno ancora iniziato una riflessione interna e in chiave strategica
- Tirano avanti
- Mancano di una strategia
- Percepiscono il digitale ma non lo riescono a sfruttare, non lo capiscono
- Trovo che non siano ancora preparati

Scarsità di competenze e difficoltà nella definizione delle priorità sono i due ostacoli principali nella strada verso la digitalizzazione.

Vi è una forte necessità di competenze adeguate (**47%**) per realizzare una piena digitalizzazione e ci sono sfide ritenute prioritarie (**43%**): secondo i consulenti esterni agli enti, questi due aspetti incidono in modo particolare nello sviluppo della trasformazione digitale.

Secondo te, quali sono i maggiori ostacoli che gli Enti stanno affrontando nell'ottenere il massimo.



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Mancanza di competenze	47%	24
Percepiscono come prioritarie altre sfide, quelle digitali sono in secondo piano	43%	22
Dovrebbero cambiare la cultura interna	33%	17
Mancanza di fondi	14%	7
Dovrebbero riorganizzare le infrastrutture e/o processi (es. protezione dei dati)	13%	7
Manca loro la confidenza basilare con il digitale	12%	6
Non sanno come la loro audience utilizzi il digitale	10%	5
Chi gestisce le risorse umane dovrebbe rendere il digitale una competenza core per tutti	8%	4
Politiche interne	6%	3
Altro	6%	3
Non sono sufficientemente versatili/flessibili	2%	1
Mancanza di leadership	2%	1
Sono in concorrenza con nuove organizzazioni - non solo fra le non profit - che sono digitalmente avanzate e questo li scoraggia	2%	1
Non sanno dove andare e come arrivarci	2%	1

Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

ALTRO

- Spesso mancano competenze specifiche e la cultura digitale alla leadership

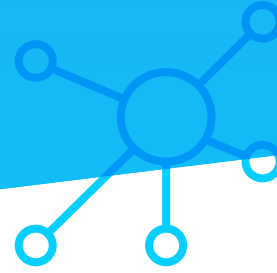
- Non capiscono il valore dell'attribuzione nel fundraising, vedono il digitale solo in ottica di donazioni online dirette (no bancarie, ecc.)

- Il board è storico e vecchio e non comprende il digitale



IL KNOW-HOW

Le competenze digitali degli enti e del board
Consulenti delle ONP



Un mercato di liberi professionisti che si orienta verso il digitale.

L'importanza di lavorare con un ente che sviluppa attivamente le proprie competenze digitali è molto sentita dai consulenti esterni (82%), mentre solo una minoranza (18%) dei consulenti si ritiene neutrale.

Quanto è importante per te lavorare al fianco di un Ente che sviluppa attivamente le proprie capacità e competenze digitali?



82%

Importante

18%

Sono neutrale rispetto alla cosa

0%

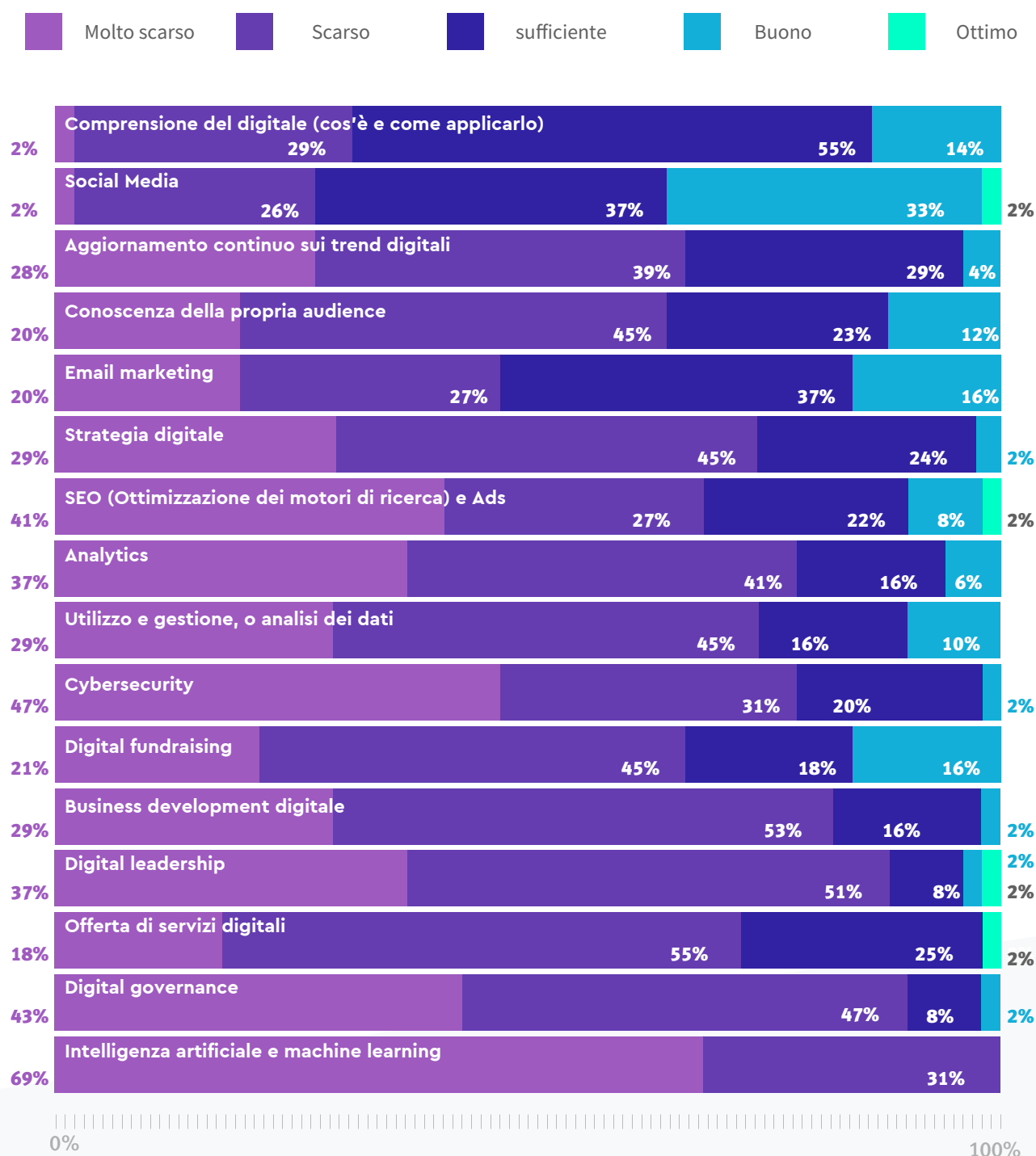
Per nulla importante



Buona la padronanza dei social media e degli strumenti di comunicazione.

Secondo i consulenti, gli enti hanno una sufficiente capacità di utilizzo dei social media, dell’email marketing e del digital fundraising, mentre ancora da sviluppare sono le competenze legate alla cybersecurity, all’intelligenza artificiale, alla digital governance. I consulenti non evidenziano ancora ambiti di eccellenza rispetto alle competenze digitali.

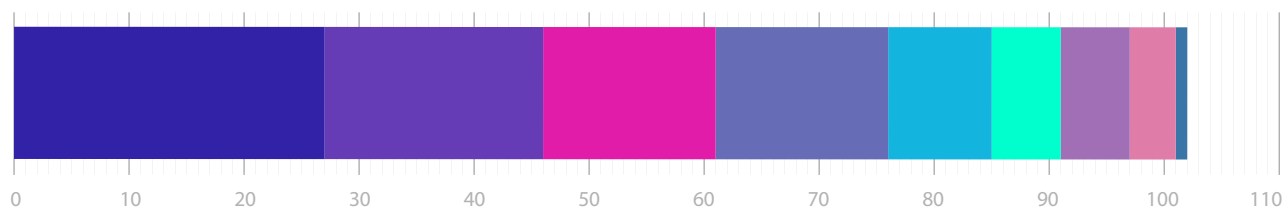
Dai un voto alle competenze digitali degli Enti con cui collabori rispetto alle seguenti aree:














Network e strategia: i principali benefici della digitalizzazione.

Quali sono secondo te i risultati principali per gli Enti che decidono di incrementare rapidamente le proprie competenze digitali? (seleziona 2 risposte)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
 Crescita del network	53%	27
 Migliore perseguimento della strategia generale dell'ente	37%	19
 Incremento fundraising	29%	15
 Maggiore influenza sui policy maker/decisori e sui media	29%	15
 Sviluppo dello staff, attrazione di nuovi talenti	18%	9
 Ideazione di servizi migliori	12%	6
 Copertura di maggior numero di beneficiari	12%	6
 Migliore coordinamento di risorse e volontari	8%	4
 Altro	2%	1

Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte

ALTRO

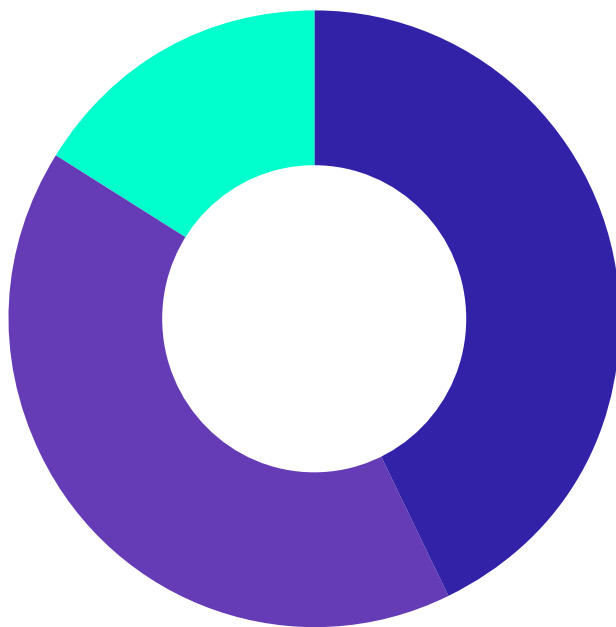
- Coordinamento tra comunicazione e fundraising, sviluppo del brand



Un know-how, quello del board, che deve espandersi per impattare positivamente.

Se pure viene riconosciuto da una parte dei consulenti (16%) uno sforzo dei board nell'utilizzo del digitale, la maggioranza (84%) non ritiene ancora sufficienti le competenze dei decisori interni.

Che voto daresti alle competenze digitali dei board degli Enti con i quali stai collaborando?



43%

Basse - c'è poca esperienza nel digitale

41%

Possono migliorarsi - possiedono delle competenze digitali ma dovrebbero essere ampliate

16%

Buone - si stanno progressivamente impegnando nell'utilizzo del digitale

0%

Non so quali competenze digitali abbiano

0%

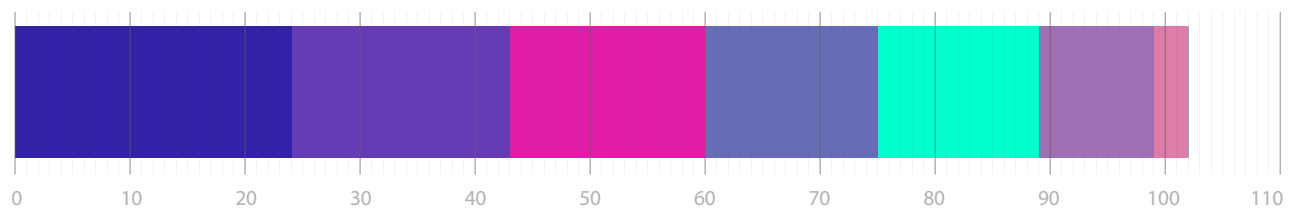
Ottime - sono esperti del digitale



Il board come elemento critico di (in)successo nelle sfide digitali.

Un mancato sviluppo di competenze digitali dei board degli enti porterebbe ad una perdita di occasioni di raccolta fondi online e una riduzione del vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti, oltre a una perdita di peso nel Settore. Per nessun consulente, si avrebbe un danno di reputazione dell'ente.

Quali conseguenze vedi per un board non disposto ad incrementare le proprie competenze digitali? (seleziona 2 risposte)



Opzioni di risposta	Addensamento di risposte in %	Numero di scelte espresse
Perdita delle opportunità per il Digital fundraising	47%	24
Riduzione del vantaggio competitivo in favore dei concorrenti	37%	19
Perdita di peso nel settore e per gli stakeholder	33%	17
Utilizzo del digitale in modo tattico, ma non strategico	29%	15
Mancanza di adattamento della governance alle metodologie di lavoro moderne e incapacità di gestire i cambiamenti in atto	28%	14
Difficoltà nel raggiungere l'audience	20%	10
Riduzione del supporto necessario allo sviluppo di prodotti/servizi digitali	6%	3
Non farà alcuna differenza o ne farà molto poca	0%	0
Danno alla reputazione	0%	0
Altro	0%	0

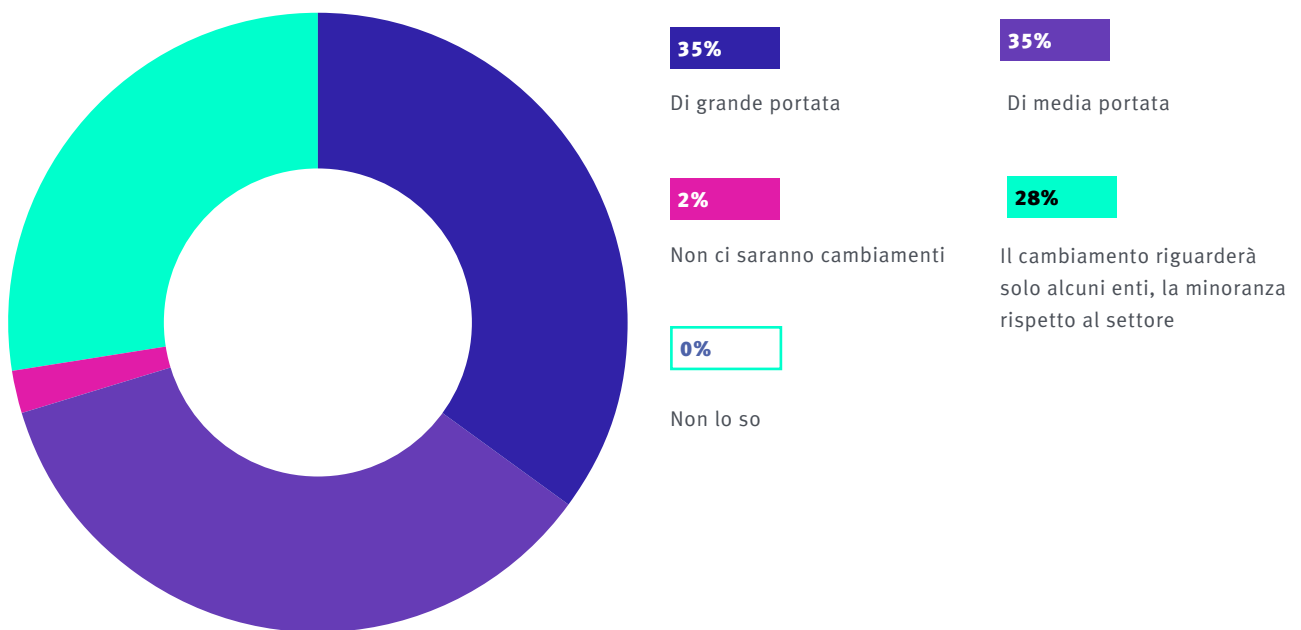
Il totale è superiore a 100 perché erano possibili più risposte



La consapevolezza che sia in atto un grande cambiamento.

Secondo la maggioranza dei professionisti che collaborano con gli enti in qualità di consulenti, il cambiamento all'interno del Settore dato dal progresso digitale sarà di grande-media portata (70%). Solo per una minoranza (28%) il cambiamento riguarderà solo poche organizzazioni.

Immagina il Non Profit italiano tra 10 anni. Con l'aumento del "progresso digitale", quale sarà la dimensione del cambiamento all'interno del Terzo settore?



Operatori

VS

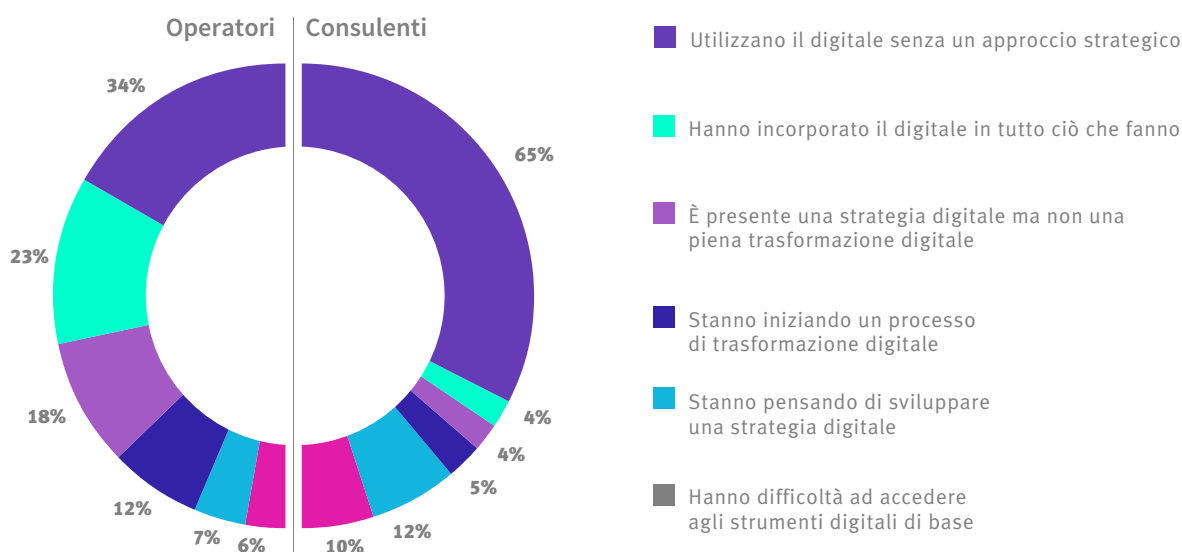
Consulenti esterni

**Confronto fra diverse prospettive,
come cambiano le preoccupazioni
rispetto al digitale**

*I campioni messi qui a confronto relativi alla percezione di 176 operatori e 51 consulenti non sono ovviamente paragonabili ma si è scelta questa modalità di rappresentazione per facilitare le riflessioni sul tema.



A che punto sono gli enti



I due campioni sono di dimensioni differenti: gli operatori rispondenti sono 176 mentre i consulenti 51.

Quali sono gli ostacoli per ottenere il massimo della digitalizzazione?

Opinioni di operatori e consulenti (erano possibili 2 risposte)





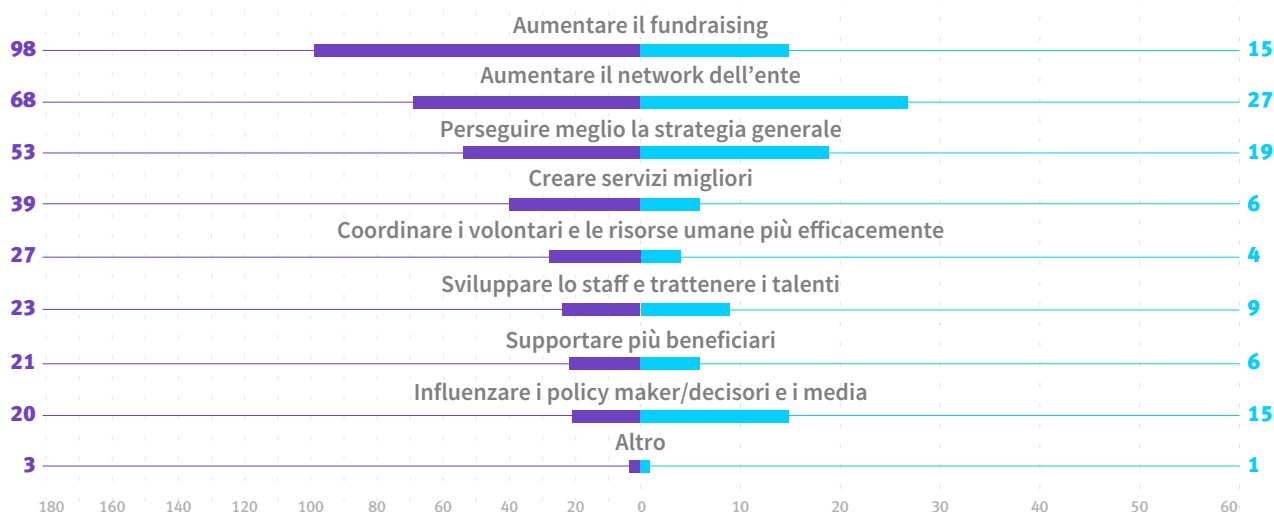
Cosa potrebbero fare gli enti se incrementassero le proprie competenze digitali?

■ Operatori ■ Consulenti

Opinioni di operatori e consulenti (erano possibili 2 risposte)

Rispondenti: 176

Rispondenti: 51



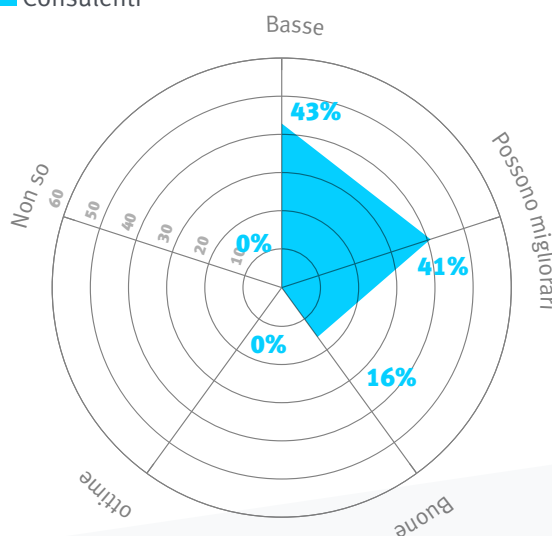
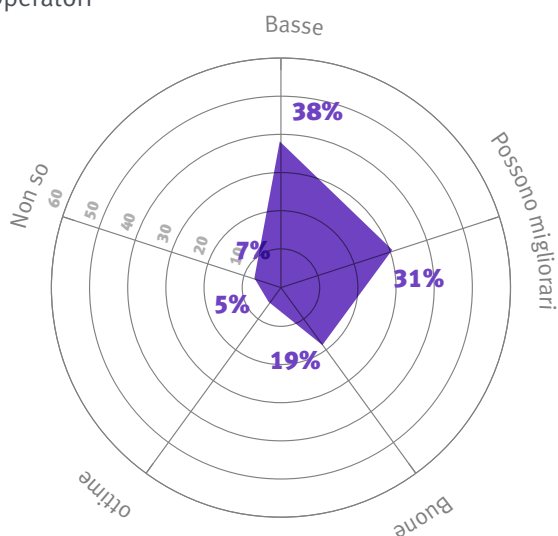
Come sono le competenze digitali dei board degli enti?

Per entrambi i gruppi di professionisti che operano nel Terzo Settore, gli organi direttivi delle organizzazioni

devono confrontarsi con delle competenze digitali non ancora adeguatamente sviluppate.

■ Operatori

■ Consulenti



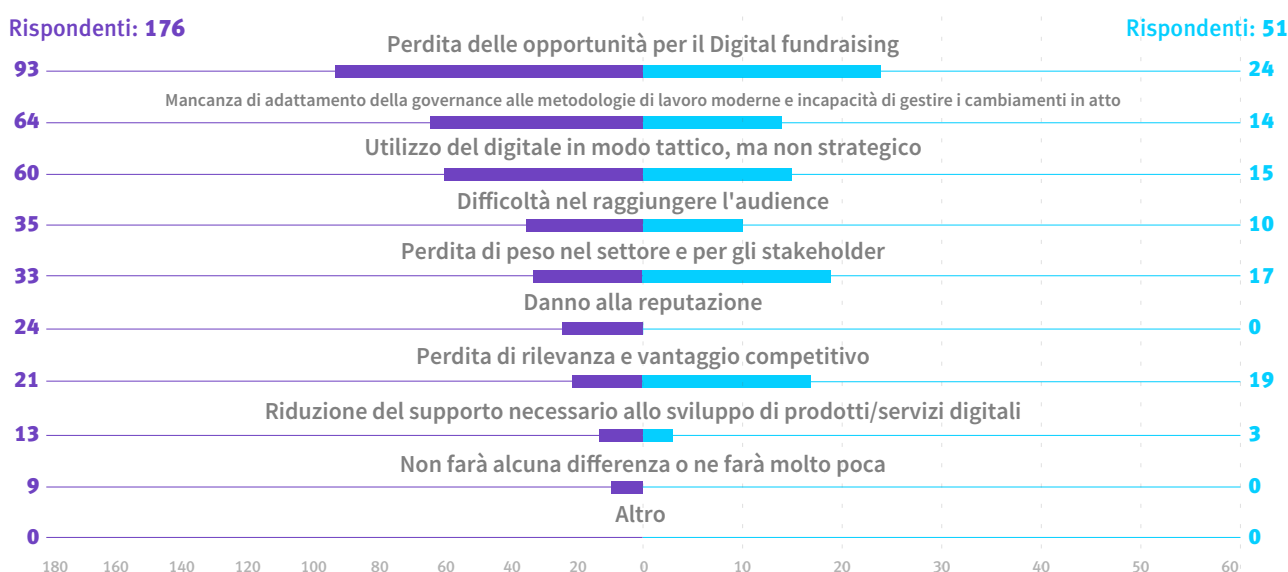
I due campioni sono di dimensioni differenti: gli operatori rispondenti sono 176 mentre i consulenti 51.



Quali sono le conseguenze per un ente con un board non disposto ad incrementare le proprie competenze digitali?

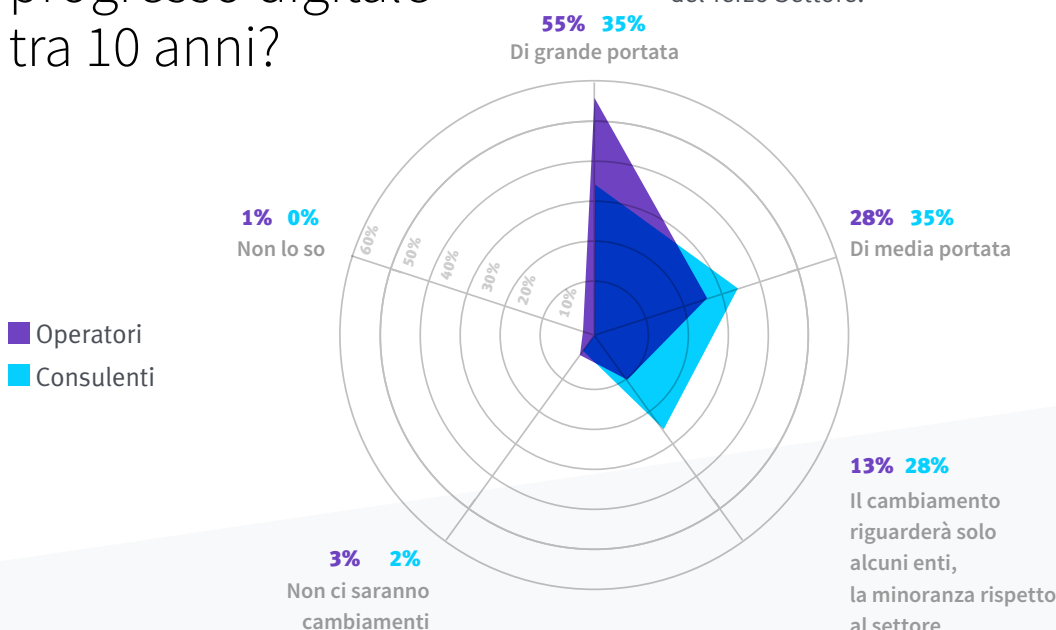
La raccolta fondi tramite gli strumenti digitali è il primo ambito strategico su cui impatta negativamente una carenza di competenze digitali, oltre a generare una scarsa adattabilità della governance ai cambiamenti anche un effetto sulla competitività dell'organizzazione all'interno del Settore.

Opinioni di operatori e consulenti (erano possibili 2 risposte) ■ Operatori ■ Consulenti



Quale sarà la portata del cambiamento del progresso digitale tra 10 anni?

Il progresso digitale cambierà il modo di approcciarsi al lavoro, alle community, ai beneficiari dei progetti: una consapevolezza molto forte da parte dei professionisti del Terzo Settore.





A quali sfide digitali non ti senti preparato come professionista?

Ecco cosa hanno risposto gli OPERATORI INTERNI alle Organizzazioni non profit

Non saprei, non ci avevo mai pensato



Ecco cosa hanno risposto i CONSULENTI ESTERNI delle Organizzazioni non profit



Contenuti extra

**Focus tematici per approfondire:
Glossario della Trasformazione digitale
e Professioni Digitali**



Il glossario del digitale.

Le 40 parole del cambiamento

Quante volte ci siamo trovati in difficoltà nella lettura di articoli specialistici che riportavano termini nuovi e mostravano un futuro radioso per chiunque avesse compreso il significato profondo delle nuove prassi?!

Come tradurre la pratica dei big data nella singola organizzazione che non sa se quelli che raccoglie siano davvero “big”? Come applicare il machine learning nel nostro supporto alle persone che aiutiamo? Cosa ce ne facciamo della blockchain se quello che abbiamo capito si riduce alla bolla speculativa delle monete digitali?

Il Glossario raccoglie i concetti chiave utili a costruire una base comune di conoscenza e condivisione di una serie di termini che presto potrebbero appartenere (se già non lo appartengono) al quotidiano delle organizzazioni non profit e degli operatori del settore.

Non vi è una volontà didattica e una disamina della storia dei termini, e nemmeno il glossario ha la pretesa di esaurire - soprattutto nella sua prima versione - l'argomento.

È un piccolo compendio di riferimento, gioco e ispirazione, in continua costruzione che puoi aiutarci ad arricchire: **scrivici** per proporre nuove parole, applicazioni possibili o sperimentazioni in atto!

Per ogni parola/concetto è presente:

- una definizione (appositamente tradotta dalla versione inglese di wikipedia.com) perchè non c'è bisogno di reinventare l'acqua calda;
- un esempio calato sul non profit, che vuole lanciare spunti sulle possibili o già reali applicazioni che mano a mano cercheremo di documentare, di chi la trasformazione digitale la mette già in pratica o la vorrebbe utilizzare per migliorare l'impatto sui suoi beneficiari.

Il Glossario è un contenuto in divenire e al momento parziale: **contribuisci** alla sua integrazione.

Visita il [Glossario della Trasformazione Digitale](#)

I contenuti sono disponibili e aggiornati online.

- Intelligenza Artificiale (AI)
- Realtà Aumentata (AR)
- Big Data
- Blockchain
- Cybersecurity
- Cloud Computing
- Customer Relationship Management (CRM)
- Crowdfunding
- Digital fundraising
- Digital transformation
- Digital wallet / E-wallet /
- Pagamenti digitali
- Email marketing
- GDPR
- Hackaton
- ICT
- Internet of Things (IoT)
- Machine Learning
- Marketing Automation
- Metodo Agile
- Open Innovation
- Robotica
- Smart Contract
- Smart Working
- Stampa 3D
- User Experience (UX)
- User Interface (UI)
- Realtà Virtuale (VR)
- Social media marketing
- SEO (Search Engine Optimization - Ottimizzazione sui motori di ricerca)
- Web marketing
- Web
- Web Analytics



Le professioni del digitale.

Le 20 nuove professioni

A proposito di compiti sfidanti. Se vi siete trovati in difficoltà a spiegare a vostra madre il vostro lavoro di fundraiser o al controllo di gestione, provate adesso a spiegarle quello del vostro nuovo collega appena nominato Digital Strategist.

Per fare la prima mossa nel provare a “mettere ordine” in un contesto tanto confuso, Italia non profit ha predisposto un sintetico vademecum delle professioni digitali. Sono sempre più numerose le non profit che approcciano la trasformazione digitale (ne abbiamo parlato [QUI](#)) e che devono fare i conti con le risorse umane esistenti per capire come dar loro la possibilità di accrescere le loro competenze nel campo. Al contempo si rafforza l'esigenza di inserire figure professionali o consulenti con competenze e attitudini sempre più specifiche, capaci di

declinare le skill digitali con gli obiettivi istituzionali delle organizzazioni in un contesto di perpetuo cambiamento.

Potrà quindi rivelarsi utile per gli enti avere un compendio sintetico per comprendere e tracciare le strategie di “attacco al digitale” insieme a queste nuove figure professionali.

Questo è un contenuto in divenire e al momento parziale: [scrivici](#) per contribuire ad integrarlo proponendo altre professioni. Visita le [Professioni del digitale](#)

I contenuti sono disponibili e aggiornati online.

- Backend Developer
- Chief Information Officer (CIO)
- Chief Technology Officer (CTO)
- Community manager
- Data Analyst / Scientist
- Digital fundraiser
- Digital HR
- Digital PR Manager
- Ecommerce Specialist
- Esperto di cybersecurity
- Esperto di SEO-SEM
- Frontend Developer
- Mobile Developer
- Social Media Manager
- Software developer
- Web Analyst
- Web Content Specialist
- Web Designer
- Web Marketing Manager
- Web Project Manager
- Web Strategist

Chi è Italia
non profit



Italia non profit è la piattaforma gratuita dedicata al Terzo Settore.

Siamo un hub digitale di innovazione che serve ad orientare:

- i cittadini
- i donatori istituzionali
- le organizzazioni non profit
- gli operatori

con un approccio *data driven* verso le novità del Settore, del marketplace filantropico internazionale, della società.

A questo scopo:

- Raccogliamo informazioni e dati sulle organizzazioni per re-stituirle ai cittadini rendendole chiare, accessibili, trasparenti. **Per avvicinarli al non profit.**

- Produciamo contenuti (guide, report, studi, approfondimenti) e tool digitali utili per chi lavora nel Settore. **Per far crescere il non profit.**

- Sviluppiamo progetti speciali di divulgazione insieme a partner istituzionali per la sensibilizzazione dei cittadini alla cultura del dono, l'accessibilità delle informazioni, la diffusione di buone prassi. **Al servizio del non profit.**

Abbiamo una passione forte, ostinata e concreta per tutto ciò che riguarda il Terzo Settore e il suo potere rivoluzionario di migliorare le condizioni vita di tutti.

+ DATI → + INFORMAZIONI → + CONOSCENZA → + SCELTE CONSAPEVOLI

LINKS:

[Cerca una organizzazione non profit, un servizio, una causa sociale che ti sta a cuore](#)

[Scopri le Fondazioni Italiane e la Filantropia Istituzionale presente in Italia](#)

[Scopri la Guida alla Riforma del Terzo Settore](#)

[Domande, idee? info@italianonprofit.it](mailto:info@italianonprofit.it)

2018, Italia non profit

© Open Terzo Settore Srl
Via Brera 7, 20121 - Milano
italianonprofit.it
info@italianonprofit.it



Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons
Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0
Internazionale (CC BY-NC-ND 4.0)

Realizzazione impaginato grafico a cura di Massimiliano Mauro