



Bologna, Salaborsa, 23 giugno 2010, ore 11,00

COMUNICARE NO PROFIT. Nuovi scenari, protagonisti e linguaggi nella comunicazione sociale.

Sarà un evento esclusivo, con la presenza di personalità di spicco del mondo del Non Profit, il convegno organizzato dal gruppo Atomix - divisione comunicazione *per il Sociale* -. Bologna diventerà teatro e punto di incontro per un grandissimo numero di associazioni, fondazioni, e organizzazioni di quella importantissima fetta della realtà italiana definita Terzo Settore. Per Terzo Settore intendiamo quell'universo composto da Organizzazioni Non Lucrative di Utilità Sociale (Onlus), Associazioni, Organizzazioni Non Governative (Ong), Fondazioni e Cooperative sociali capace di affiancarsi e spesso sostituirsi al pubblico in maniera sussidiaria in progetti che interessano la collettività come: attività culturali, sociali e umanitarie, centri di ascolto, assistenza ai malati ed agli anziani, sostegno all'infanzia, promozione sociale, finanziamento alla ricerca medica e scientifica.

Fino ad un recente passato, la preoccupazione di garantire l'accesso a tutti i cittadini alle forme di assistenza ha spinto a ritenere che i servizi sociali dovessero essere prodotti per via statale. Il vecchio modello italiano di *welfare* ha individuato spesso problemi di distribuzione dei servizi ed efficienza nel campo della solidarietà sociale unendo, alle carenze, difetti strutturali. Da questo assunto si può immaginare che nel prossimo futuro l'interconnessione fra welfare e privato sociale sarà sempre più stretta e appare necessario ricercare la ragione di questo intenso e nuovo interesse verso il mondo del Non Profit nella crescente complessità e inefficacia delle nostre strutture sociali.

Un dato significativo che ci fa comprendere le dimensioni del fenomeno risiede nei numeri delle liste di richiesta per accedere al 5 x 1000, contributo volontario dei cittadini contribuenti di destinare una quota pari a 5 per mille dell'imposta sul reddito delle persone fisiche a enti non profit, che per il 2010 si compone di oltre 55.000 associazioni con sovrapposizione di finalità e la conseguente difficoltà ad emergere e farsi notare a causa dell'eccessivo affollamento.

Parallelamente alla crescita dell'importanza che nella nostra società riveste il mondo del Non Profit, abbiamo assistito ad una rivoluzione dei mezzi di comunicazione dovuta allo sviluppo di nuove tecnologie che hanno stravolto scenari, linguaggi, soggetti. Naturalmente anche la comunicazione sociale, intesa sia come coinvolgimento dei cittadini da parte delle istituzioni in tematiche di importanza sociale che come attività di promozione del Terzo settore, è stata investita da questa trasformazione. Per questo tipo di realtà la comunicazione è fondamentale perché favorisce il sostegno, non solo economico, dei progetti sociali a servizio dell'attività di raccolta fondi ma anche per la ricerca di nuovi volontari e per il consolidamento delle motivazioni degli associati.

A tal proposito il fundraising giocherà sempre di più un ruolo di primo piano. Per tre ragioni principali:

- il costante arretramento dello Stato in alcune funzioni di Welfare (sanità, assistenza sociale, ecc.) e in particolare in tutte le aree della cultura e del patrimonio comune (scuola, università, arte, paesaggio, ecc.);
- la necessità di occupare da parte della società civile questo spazio lasciato libero;
- la necessità di continuare a produrre capitale sociale.



segue... COMUNICARE NO PROFIT.

Una comunità per continuare ad essere prospera e per poter guardare al futuro ha l'obbligo di rispondere ai bisogni della comunità stessa individuando risposte concrete e sostenibili. Il ruolo della "società civile", il senso di responsabilità dei cittadini, sono elementi chiave per attivare questa dinamica vincente. Una società civile che affianca e sostituisce lo Stato deve essere forte e consapevole del proprio ruolo. Il principio di sussidiarietà sancito nella nostra costituzione e lo sviluppo del settore non profit italiano sono segnali incoraggianti, ma non sufficienti. Serve una maggiore presa di coscienza dell'indispensabilità da parte della società civile di giocare a tutto campo questo ruolo di coesione e sviluppo sociale.

Quindi il Fundraising ricopre un ruolo fondamentale perché ha il compito di rendere sostenibile un nuovo modello sociale basato su uno Stato più leggero e una società civile più attiva e dinamica capace di sostenere le proprie iniziative. E per riuscirci deve costruire fiducia e sensibilizzare la comunità sulle cause sociali, questi elementi sono la chiave per convincere le persone a donare. Solo così la società civile sarà sempre di più in grado di proporre soluzioni efficaci ai bisogni della comunità, in "concorrenza" con lo Stato, e generare dal proprio interno le risorse necessarie per rendere sostenibili le "imprese sociali". E per arrivare a un sistema di fundraising maturo è fondamentale investire sulle professionalità capaci di ottenere fiducia e di sensibilizzare i donatori, oltre che essere compreso e incluso come funzione stabile nelle organizzazioni non profit.

E' facile capire quanto appena affermato facendo riferimento al fenomeno degli sms solidali. Pensiamo al caso tsunami o ai terremoti che hanno colpito la popolazione aquilana e quella haitiana, solo la potenza dei nuovi strumenti di comunicazione ha permesso campagne di raccolte fondi così capillari, che sarebbero irrisorie vista la piccola entità del contributo se la televisione e il web non le avessero portate in tutte le nostre case.

In questo quadro di riferimento nasce **Comunicare No Profit**, un convegno per sensibilizzare il maggior numero di operatori possibile sui temi del proprio comunicare, approntando strategie adeguate per dare maggiore visibilità, notorietà e immagine al proprio marchio/servizio, individuando negli stakeholders, nelle aziende disponibili ai temi sociali e nella stessa collettività, l'obiettivo primario a cui destinare i diversi strumenti di comunicazione, ciascuno col proprio linguaggio e con la propria modalità espressiva, per poter più velocemente emergere e caratterizzarsi.

PROGRAMMA DEL CONVEGNO

ore 11,00 Apertura lavori e saluti

ENZO CUCCO

moderatore

PAOLO ALBERTI

Gruppo Atomix – divisione Comunicazione per il Sociale

ANNAMARIA CANCELLIERI

Commissario Straordinario Comune di Bologna

TERESA MARZOCCHI

Assessore alle Politiche sociali e di integrazione, volontariato, associazionismo e terzo settore della Regione Emilia-Romagna

ore 11,20 – Intervengono

STEFANO ZAMAGNI

Presidente Agenzia per le Onlus

ALBERTO CONTRI

Presidente Fondazione Pubblicità Progresso

ALESSANDRO BEDA

Consigliere d'indirizzo Fondazione Sodalitas

MARIO LIMA

Direttore unità operativa chirurgia pediatrica Policlinico S. Orsola e Ospedale Maggiore Bologna

FRANCESCA MENARINI

Presidente Bologna Football Club 1909

Ore 12,45 - Conclusione dei lavori

CARLO ROMEO

Direttore Segretariato Sociale Rai Radiotelevisione Italiana



DIVISIONE COMUNICAZIONE PER IL SOCIALE

tel. 051 0954550 – fax 051 0954553 - info@gruppoatomix.com

www.gruppoatomix.com/comunicarenoprofit

Via Giuseppe di Vittorio 16/H
40013 Castel Maggiore (BO)

www.gruppoatomix.com