

La formazione che fa bene

«Reinventing» raddoppia: due giornate dedicate ai professionisti del Non profit
Tre le sfide da affrontare: comunicazione, raccolta fondi e credibilità d'impresa

CINZIA ARENA

Raccolta fondi, comunicazione e responsabilità d'impresa. Sono questi i tre pilastri della due giorni della quinta edizione di «Reinventing», l'evento dedicato all'innovazione nel mondo del non profit che si svolgerà il 10 e 11 ottobre a Milano organizzato dall'agenzia di consulenza e comunicazione specializzata nel Terzo settore Atlantis Company. L'obiettivo è mettere in circolo il maggior numero di idee e fornire gli strumenti per renderle realizzabili agli addetti al settore. «Quest'anno abbiamo deciso di reinventare l'evento stesso per dare maggiore spazio alla comunicazione, all'importanza dei social, coinvolgendo anche ospiti speciali – spiega Francesco Quistelli, fondatore e Ceo di Atlantis Company –. Abbiamo deciso di potenziare l'i-

niziativa passando da uno a due giorni di formazione, coinvolgendo più relatori e aumentando il numero di workshop per poter trattare più argomenti». Non è casuale la scelta di Milano come sede dell'evento, è infatti la città dove si trova il maggior numero di associazioni e volontari. E anche il maggior numero di donatori. Una delle tendenze principali degli ultimi anni è l'utilizzo dei social per la raccolta fondi. «Basti pensare ai due miliardi di dollari dai compleanni raccolti da Facebook – continua Quistelli –. Sicuramente i nuovi strumenti legati alla rivoluzione digitale, dagli sms ai social hanno consentito un aumento esponenziale di raccolta fondi e una sua democratizzazione, infatti sono coinvolte persone che prima non erano raggiunte da questo fenomeno come i giovanissimi». Gli strumenti elettronici hanno aiutato a fare piccole donazioni ma

continue. L'obiettivo delle organizzazioni è avere donatori affezionati per questo la comunicazione ha un ruolo molto importante. «Occorre fidelizzare i propri sostenitori, differenziarsi nel modo di comunicare – aggiunge Quistelli –. Uno dei canali privilegiati negli ultimi anni è la sostenibilità, vale a dire l'impatto sulla comunità a livello ambientale e sociale. È quello che il cliente sempre più spesso chiede e chiederà a chi si occupa di comunicare. C'è un movimento costante che spinge ad agire in modo responsabile, ma il percorso è ancora molto lungo. Basti pensare alla lotta alla plastica che ha contagiato anche le grandi multinazionali». Un altro elemento indispensabile su cui lavorare è la credibilità delle imprese.

La peculiarità di Reinventing consiste nel mettere a sistema

tre discipline cardine del mondo non profit: la comunicazione, il fundraising e la responsabilità sociale d'impresa (Csr). «Lo sviluppo parallelo e integrato di questi tre settori – sottolinea Quistelli – è ormai indispensabile per sostenere le cause sociali delle organizzazioni e per far sì che queste ultime possano raggiungere gli scopi per i quali sono nate». La comunicazione, infatti, permette di far conoscere le attività delle organizzazioni e di mettere in evidenza l'utilità sociale delle stesse, sensibilizzando la popolazione; il fundraising è fondamentale per coinvolgere i cittadini nelle cause sociali, rendendole sostenibili dal punto di vista economico e le aziende, attraverso la responsabilità sociale d'impresa, hanno un ruolo centrale nel coinvolgere i consumatori e spingerli ad avere atteggiamenti sostenibili.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EVENTO

Iniziativa promossa da Atlantis Company
Il ceo Francesco Quistelli: l'utilizzo dei social network ha cambiato il modo di donare e coinvolto anche le nuove generazioni



L'Italia solidale di volontari e familiari caregiver

5,5 milioni

Gli italiani che nel 2018 hanno svolto attività gratuite di volontariato

18,8%

La percentuale di italiani che ha effettuato una donazione economica l'anno scorso

9 milioni

Le persone con disabilità in Italia, che vengono assistite da oltre 7 milioni di caregiver

Esperienze e strategie: 60 relatori a confronto

L'edizione di quest'anno di «Reinventing» sarà articolata in due giornate e prevede 27 appuntamenti complessivi tra workshop, panel e plenarie con la presenza di 60 relatori. Sono previsti oltre 300 partecipanti da tutta Italia.

Appuntamento giovedì 10 e venerdì 11 ottobre al Nhow Hotel di via Tortona 35 a Milano.

Tra i relatori ci sono il presidente della Fondazione Vertical Fabrizio Bartoccioni, il social media marketing e digital communication Advisor Andrea Albanese, il Ceo del gruppo myDonor® Marco Cecchini, il docente dell'università Cattolica Fausto Colombo, il direttore generale di Mission Bambini Sara Modena, Roberto Natale della Responsabilità Sociale Rai, Mauro Picciaiola, chief Operating Officer di Antoniano onlus, Francesco Bozza,

VP e Chief Creative Officer Grey Italia e Roger Bergonzoli, direttore della Fondazione Santa Rita da Cascia. Previsti anche ospiti speciali, come la madrina di Mission Bambini Ellen Hidding e alcuni celebri youtuber e influencer vicini al Terzo settore: come i The Jackal e Slim Dogs, legati ad ActionAid e Casa Surace impegnata per Cesvi Onlus.