CORRIERE DELLA SERA
BUONENOTIZIE
L'IMPRESA DEL BENE

Data: 27.09.2022 Pag.: 8
Size: 684 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:

Il modello italiano del dono «Così si può migliorare»

A Catania la prima edizione di «Philanthropy Experience», una galassia di ottomila enti

Elisa Furnari (Èbbene): «Non basta erogare fondi, bisogna partecipare ai progetti»

L'importanza della «valutazione di impatto», lo sport come strumento di inclusione

di **GIULIO SENSI**

Creare nuove infrastrutture per promuovere (e rendere sempre più facile) l'atto del «donare» qualcosa. Mettere a punto sistemi sempre più precisi per valutare l'efficacia, tecnicamente «l'impatto», dei fondi che si spendono nel sociale. Valorizzare lo sport come motore di inclusione. Sono alcuni dei temi-cardine cui è dedicata «Philanthropy Experience», prima edizione dell'iniziativa che da ieri e fino a stasera riunisce a Catania il mondo della filantropia con l'obiettivo di elaborare strategie comuni di intervento e una «via italiana» per un modello di aiuto.

È un universo, quello degli enti filantropici, che conta su più di ottomila fondazioni e una galassia di venture capital e fondi vincolati all'investimento in beni comuni. Secondo una rilevazione dell'Osservatorio sulla Filantropia di Granter e Italia non profit - attraverso un campione di 360 interviste - le cause sociali su cui la filantropia ha concentrato maggiormente il suo impegno sono ricerca, istruzione e formazione (83%), seguite da assistenza sociale e socio-sanitaria (64%) e arte e cultura (63%). Operano sempre più con una logica di co-progettazione, tanto che il 53% affianca il finanziamento economico con un maggior coinvolgimento progettuale. Bandi, programmi e grant sono stati la strategia di supporto più comune impiegata dal 77% di loro.

«Abbiamo voluto chiamarla Philanthropy Experience - spiega Elisa Furnari, presidente di Èbbene, una delle fondazioni promotrici - per creare un'occasione di confronto e formazione. L'evento è alla prima edizione, ma ha già riscosso un grande interesse. L'obiettivo è avviare un nuovo filone di pensiero condiviso nel mondo della filantropia che trasformi queste realtà da soggetti puramente erogatori di denaro a partner capaci di accompagnare i soggetti del Terzo settore, e non solo, a crescere ed essere sempre più capaci di tessere relazioni con i privati e la pubblica amministrazione».

I temi al centro dei lavori, come si diceva, sono molteplici: come promuovere il dono a tutti i livelli, come migliorare le azioni di valutazione di impatto sociale dei fondi utilizzati, il ruolo dello sport come strumento inclusivo soprattutto per i giovani, e più in generale la rivisitazione del ruolo delle fondazioni nel welfare.

In campo per l'organizzazione dell'evento sei fondazioni italiane - Allianz Umanamente, Ebbene, Italia per il Dono, Mazzola, Milan e Time2 - con il patrocinio di Acri, Assifero e Sport for Inclusion Network, il sostegno di STMicroelectronics e Spazio47, il supporto dell'Agenzia Allianz 901 Srl Emme Group, Terra Costantino, Cantine Russo, Cottanera, Cantine Nicosia. Partner tecnici sono Asvapp (Associazione per lo sviluppo della valutazione e l'analisi delle politiche pubbliche), Evpa (European venture philanthropy association), Filantropia 2.0, Fondazione Social Venture – Giordano dell'Amore, Pubblicità Progresso, Idib Group e Italia non profit. I partner culturali sono Fondazione Oelle Mediterraneo Antico e Fondazione Italiana Sommelier.

«Questo universo - aggiunge Furnari - sta vivendo cambiamenti profondi e si intravede un vero e proprio modello italiano. Le fondazioni hanno bisogno di incontrarsi e lavorare insieme per temi e non solo per categorie di appartenenza».

Al termine dei lavori anche la consegna dei Philanthropy Experience award, il riconoscimento nazionale dedicato alla filantropia efficace ideato da Italia non profit e dalle fondazioni promotrici di Philanthropy Experience. A vincerlo sono state per la sessione «Capacity building» (ex aequo) Fondazione Italia Accenture - per l'iniziativa «Impatto sociale reloaded» e l'importante coinvolgimento di partner e realtà del territorio - e The Human Safety Net, per l'originalità dell'azione filantropica realizzata con il bando internazionale «Scale Up Impact». Nella sezione «Comunicazione sociale» i primi classificati sono stati la Fondazione Cogeme Onlus - per la campagna di comunicazione «Festival Carta della Terra» - e Fondazione Vodafone Italia – per la campagna «Dreamlab - L'esploratore delle cellule tumorali».

Le cause sociali su cui la filantropia ha concentrato maggiormente il suo impegno sono ricerca, istruzione e formazione

Gli enti operano con una logica di co-progettazione. Bandi, programmi e grant sono stati la strategia di supporto più comune impiegata

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario, Non riproducibile

CORRIERE DELLA SERA
BUONENOTIZIE
L'IMPRESA DEL BENE

Data: 27.09.2022 Pag.: 8
Size: 684 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:

Sopra, una foto di Getty Images Nella foto piccola sotto, un momento dell'iniziativa Sport for inclusion network che promuove il ruolo sociale dello sport come volano per l'affermazione di comunità inclusive e solidali

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario, Non riproducibile