

# Fundraiserperpassione srl Società Benefit

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

[PERIODO DI RIFERIMENTO 2022]

*Referenti in FundraiserPerPassione: Luciano Zanin, Laura Lugli*

*Consulenti EBC coinvolti: Marta Avesani*

**Settore**  
Servizi alle imprese

**Soci Amministratori e  
Collaboratori**  
13

**Fatturato**  
€ 265.015

**Utile**  
€ - 37.381

FUNDRAISERPERPASSIONE SRL  
SB

Sede Legale  
Via Roma 34, Caldogno  
(VI)

Sede Operativa  
Piazza Europa 13,  
Caldogno (VI)

[https://www.fundraise  
rperpassione.it/](https://www.fundraise<br/>rperpassione.it/)

## Nonostante tutto...

Questa terza edizione del Bilancio del Bene Comune non può avere altro titolo se non questo. Il 2022 è stato un anno molto difficile, un anno in cui la fatica e gli sconvolgimenti dei tre anni di pandemia hanno avuto un grande impatto sui seguenti dodici mesi.

D'altra parte il risultato economico ne dà chiara evidenza, una perdita consistente per la nostra impresa dovuta ad un calo del fatturato in parte previsto, ma non nella misura in cui si è poi verificato.

Ma, *nonostante tutto*, abbiamo tenuto fede agli impegni presi e questo ci rende orgogliosi e sereni perché nonostante il periodo per nulla facile, siamo riusciti a continuare la nostra opera con il consueto stile e secondo i nostri principi e valori.

Abbiamo rispettato quasi tutti i propositi di miglioramento previsti nel 2021 e nello specifico abbiamo redatto la policy per la definizione dei servizi pro bono, il vademecum con le indicazioni e i consigli per una vita bilanciata per i consulenti e collaboratori, abbiamo realizzato la mappatura del patrimonio delle competenze dei collaboratori di cui la nostra impresa può avvalersi e abbiamo continuato l'investimento nell'Eden di Fundraiserperpassione, la foresta che conta oltre 350 alberi realizzata con Treedom per compensare le emissioni delle nostre automobili che viaggiano per lavoro.

In particolare rispetto a quest'ultimo tema abbiamo ottemperato al proposito di ridurre la nostra impronta ecologica senza che il servizio nei confronti dei clienti ne risenta, privilegiando i trasporti pubblici ove possibile rispetto all'automobile e cercando di ottimizzare le consulenze online limitando quindi i viaggi e gli spostamenti fisici.

Inoltre, cosa che ci rende particolarmente contenti, abbiamo parlato e ci siamo confrontati con tutti i nostri collaboratori e consulenti per discutere dei loro desideri, delle loro aspettative e dei loro progetti, in modo da definire insieme quale fosse il modo più efficace per tutti per collaborare.

Nel 2022 abbiamo comunque effettuato donazioni per più di **trenta mila euro**, parte in denaro e parte in servizi pro bono e siamo riusciti a realizzare la **quinta edizione del bando Dono e Dintorni** a sostegno della diffusione della cultura del dono e dello sviluppo della professione dei fundraiser.

L'anno quindi si chiude da una parte con un risultato economico negativo, ma dall'altra con una reazione dell'impresa che dimostra quanto sia radicata la volontà di continuare ad impegnarsi per il bene comune, disponibile a fare i sacrifici necessari per rimanere sul mercato, ma non intende rinunciare ad essere una realtà inclusiva che opera per l'affermazione di una economia che sia "civile".

### Luciano Zanin

CEO Fundraiserperpassione srl – SB

*“Secondo l'economia civile, l'impresa non è una **macchina economica** che – rispondendo alle leggi del mercato – deve semplicemente massimizzare l'utile privato, ma un vero e proprio **organismo civile**, che occupa un ruolo di primo piano nella comunità e ha nei suoi confronti responsabilità economiche, culturali e sociali.”*

S. Zamagni

Fundraiserperpassione  
Pag. 2

Nota metodologica  
Pag. 4

A – FORNITORI  
pag. 13

B – PROPRIETARI E  
FINANZIATORI  
pag. 18

C – COLLABORATORI  
pag. 23

D – CLIENTI  
pag. 36

E – CONTESTO SOCIALE  
pag. 45

CERTIFICATO  
PEER/AUDIT  
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.

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 non abbiamo smesso di crescere assieme ai clienti, imparare per affrontare le nuove sfide e fare rete con le principali realtà del settore. Oggi siamo un gruppo di professionisti senior e junior, 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

Questa rappresenta la seconda edizione della Relazione Annuale concernente il perseguimento del Beneficio Comune a cui Fundraiserperpassione srl-SB si è impegnata con il passaggio a Società Benefit avvenuto nel primo trimestre del 2021 (L. 208/2015, Art. 1, c. 282). Per ottemperare a tale obbligo è stato scelto lo standard di rendicontazione del Bilancio del Bene Comune, sviluppato dal movimento internazionale dell'Economia del Bene Comune, ritenuto adeguato sia in termini di allineamento ai criteri definiti dall'Allegato 4 (L. 208/2015) sulle caratteristiche dello Standard di Valutazione Esterno, sia in termini di aree di analisi, come esplicitate all'Allegato 5 (L. 208/2015). Maggiori dettagli sull'adeguatezza dello strumento del Bilancio del Bene Comune alle richieste della normativa sulle Società Benefit possono essere trovati in questo [documento di raffronto](#).

## 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 EBC. 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, e facilitato da una consulente EBC. A distanza di 2 anni, nel 2023 è stata redatta la terza 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, oltre che di 3 colleghi esterni più attivi che hanno deciso di partecipare agli incontri. Il processo è stato guidato da una consulente.

# 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 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 sb 2021]	SEZIONE DEL BBC
1. contribuire alla creazione di comunità in cui sia desiderabile viver 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 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	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 secondo 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 affianca gli attori del Terzo Settore nella ri-generazione delle comunità attraverso le pratiche di dono. Fundraiserperpassione 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 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 2022 abbiamo lavorato soprattutto con i nostri servizi: "Start-up per il fundraising" (84,5% del fatturato), e "Formazione" (12,5%). Grazie alle attività di "Startup per il Fundraising" abbiamo supportato la raccolta di 4.373.427 € e abbiamo contribuito ad attivare 3.893 nuovi donatori. Inoltre, 32 persone sono state assunte come fundraiser in modo strutturato.

Infine, abbiamo erogato formazione a 124 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 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 2022 sono stati attivati 6 progetti di consulenza pro bono per un valore equivalente a 6.480 €. Inoltre, abbiamo organizzato o preso parte come relatori a conferenze, webinar e speech per un totale di 12 ore. Infine, una collaboratrice ha donato il suo tempo per lo sviluppo e la gestione della campagna di fundraising per le elezioni amministrative di Verona per un totale di 3.000 ore investite.
- Dono di denaro: nel 2022 abbiamo sponsorizzato eventi e organizzazioni nell'ambito del fundraising per un totale di 6.630 € ed effettuato donazioni per un valore complessivo di 1.620 €
- Nel 2022 abbiamo anche pubblicato e divulgato la sesta edizione del Libretto Rosso, questa volta dal titolo "Il Dono: Elisir di Giovinezza".
- Fondo aziendale che sostiene il Bando Dono e Dintorni a favore della promozione della cultura del dono e dello sviluppo della professione del Fundraiser. Nel 2022 abbiamo accantonato 1.000 €.

L'equivalente in denaro del nostro dono, in ore o in denaro, per il 2022 è ammontato a 29.920 €, pari al 11% 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 2022 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, Codici Ricerca) e associazioni di settore (ASSIF).

Inoltre, quest'anno sono stati accantonati nel nostro fondo aziendale 1.000 € e ne sono stati erogati, attraverso il bando "Dono e Dintorni", altri 2.000 €. Il progetto premiato nell'ambito dello sviluppo della professione è stato quello di Greta Orsenigo, la quale ha potuto partecipare, grazie al finanziamento ricevuto, ad un corso di alta formazione sul tema dell'Economia Civile, necessario per affrontare con maggior consapevolezza la professione di fundraiser. Per quanto riguarda l'ambito del Personal Fundraising è stato premiato il progetto di Giorgio Aderenti, un giovane papà che ha raccolto oltre 22 mila euro a sostegno di Fast Italia per la ricerca scientifica. I progetti premiati possono essere consultati e approfonditi al sito:

<https://www.fundraiserpassione.it/bandi/bando-2022/>.

**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.

Nel 2022 abbiamo messo a disposizione di ogni collaboratore una media di 22 ore di formazione.

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.

Nel 2022 abbiamo fatto una riunione di governance mensile e abbiamo ricevuto riscontri rispetto ad una maggiore facilità e automatismo nei collaboratori rispetto a come navigare nel loro ruolo e come relazionarsi con gli altri ruoli.

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 si spende direttamente per facilitare il loro inserimento part-time presso le organizzazioni del settore, supportando così l'integrazione di orario e di compenso desiderato.

Oltre a ciò, tra fine 2021 e inizio 2022 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 CO<sub>2</sub>eq e attivando un progetto di compensazione pluriennale delle nostre emissioni attraverso la piantumazione di 200 alberi tra Africa e Sud America, fino ad arrivare a 600 alberi nel 2023. Inoltre, abbiamo continuato a svolgere una parte delle consulenze online anche dopo il periodo pandemico. Numerose sono le iniziative e le pratiche finalizzate a garantire inclusione e benessere per i nostri collaboratori, come raccontato nel paragrafo relativo all'Obiettivo 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 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 e non la vendita del servizio davanti a tutto e proponendo contratti con possibilità di recesso senza penali, condividendo contenuti interessanti gratuitamente 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.

# RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

## TABELLA DI RICONCILIAZIONE

Secondo le richieste della Normativa L. 208/2015 - Allegato 5, la Relazione sul Perseguimento del Beneficio Comune per le Società Benefit non si limita a rendicontare l'effettivo lavoro sugli obiettivi da Statuto, ma è volta a monitorare l'orientamento dell'impresa al Bene Comune nelle relazioni con tutti i suoi portatori di interesse. Per questo motivo, l'intero Bilancio del Bene Comune costituisce una Relazione sul Perseguimento del Beneficio Comune di Fundraiserperpassione. In tal senso, la Tabella di riconciliazione proposta qui di seguito può rappresentare un valido supporto per individuare in quali sezioni e pagine del Bilancio del Bene Comune sono toccate le aree di analisi richieste dalla Normativa L. 208/2015 - Allegato 5.

NORMATIVA L. 208/2015 ALLEGATO 5	SEZIONE DEL BILANCIO DEL BENE COMUNE	PAG.
La valutazione dell'impatto deve comprendere e 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. 28
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

# RELAZIONE ANNUALE SUL PERSEGUIMENTO DEL BENEFICIO COMUNE – UN ESTRATTO

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. 36 p. 44

# GUIDA ALLA LETTURA DI QUESTO BILANCIO

## 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 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.

#### 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), la quale rappresenta un compromesso tra una grande banca e una banca etica che non sarebbe in grado di offrire i servizi desiderati.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario (prestito, conto corrente, assicurazione, ...)	Volume 2021 (€)
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Finanziamento covid	25.000
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Conto corrente, garanzia media	20.000
Cattolica	Assicurazione	Polizza "A tutela"	5.500

### VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

<b>CAPITALE PROPRIO</b>	<b>18.811 €</b>
Capitale sociale	10.000 €
Riserve	5.147 €
Utili portati a nuovo	15.198 €
Utile esercizio 2021	-11.534 €
<b>CAPITALE ESTERNO</b>	<b>70.529 €</b>
Passività bancarie (fido utilizzato)	25.000 €
Fondo TFR	13.500 €
Debiti verso fornitori	3.472 €
Debiti erario e INPS	18.402 €
Debiti diversi	10.151 €
Rateli e riscotti passivi	4 €
<b>CAPITALE PROPRIO</b>	<b>238</b>
<b>CAPITALE ESTERNO</b>	<b>799</b>

### 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

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

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'auto-valutazione da parte del team aziendale, il secondo è il punteggio definitivo confermato durante la validazione peer

Obiettivi di miglioramento

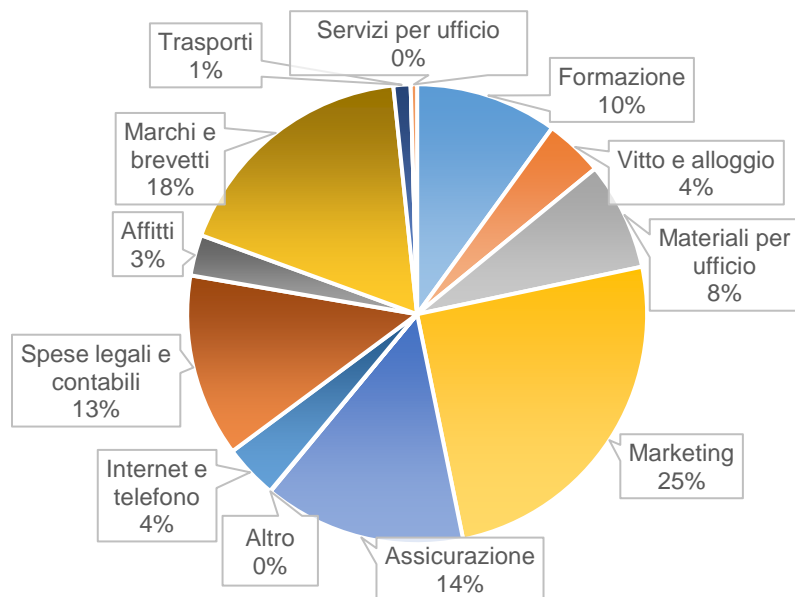
## A I FORNITORI

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 2022 abbiamo acquistato beni e servizi per 290.319€ di cui 228.824€ per la remunerazione dei nostri collaboratori consulenti e formatori in ambito fundraising, aspetto di cui tratteremo nella sezione C. L'analisi e le riflessioni contenute in questa sezione si concentra quindi sul restante 21% degli acquisti.

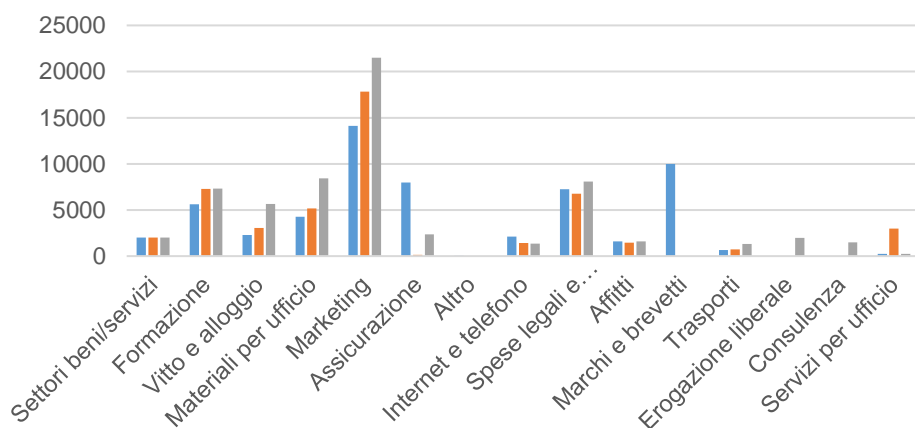
I nostri acquisti rispecchiano le tradizionali categorie di un'impresa di servizi: materiali e servizi per l'ufficio, internet e telefono, spese di marketing, vitto e alloggio, assicurazione, formazione, trasporti, marchi e spese per consulenza legale e contabile. Per la maggior parte, si tratta di

### Acquisto di beni e servizi per categorie - 2022



fornitori estemporanei a seconda dei bisogni di acquisto. Al momento non sono presenti attenzioni sociali e ambientali e politiche di acquisto specifiche. 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.

### Acquisto di beni e servizi per categorie - comparazione 2020/2021/2022



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 già in possesso di Fundraiserpassione.

## VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2023 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi alla dignità umana e del lavoro lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

# 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 persona 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 al momento non sono presenti specifiche attenzioni e politiche per quanto riguarda la scelta dei fornitori. Gli acquisti vengono fatti principalmente sulla base della comodità e del tempo di arrivo della merce.

Non vi è una policy definita e scritta per la scelta dei fornitori, anche se l'attenzione verso la qualità e la tipologia di fornitori è sempre presente nel momento in cui vengono definiti degli acquisti.

### 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. Sebbene minimi, evidenziamo rischi maggiori per quanto riguarda i seguenti prodotti (4.3% degli acquisti):

la filiera dei gadget (sacchetti in organza, chiavette USB, ... ),

i prodotti alimentari di origine coloniale (caffè e cioccolato) utilizzati per il consumo in ufficio e gli acquisti di materiali da ufficio su Amazon.

## VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2023 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi alla dignità umana e del lavoro lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

**28% 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**

### VALUTAZIONE AUTO/PEER

A1.1 Condizioni di lavoro e impatto sociale lungo la filiera	1/1
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 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.

Nonostante il 2022 sia stato un anno molto complicato dal punto di vista finanziario, 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>

Per quanto riguarda i fornitori di servizi accessori (come internet e telefonia) e beni per l'ufficio e per il marketing al momento non sono presenti specifiche attenzioni e politiche per quanto riguarda la scelta dei fornitori. Gli acquisti vengono fatti principalmente sulla base della comodità e del tempo di arrivo della merce.

## VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2023 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che tenga conto degli aspetti relativi alla solidarietà e alla giustizia sociale lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale.

Ci impegniamo anche a raccogliere in modo sistematico dei feedback sul grado di soddisfazione dei fornitori.

Durata media relazione commerciale  
5 anni

Stima in termini economici della distribuzione della creazione di valore lungo la filiera:

Totale acquisti\*:

61.495 €

Fatturato:

265.015 €

Rapporto creazione Valore distribuito lungo la filiera:  
23%

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

Almeno l'8% 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	1/1
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

Al momento non sono presenti attenzioni e politiche esplicite per quanto riguarda criteri di sostenibilità ambientale nella scelta dei fornitori. Gli acquisti vengono fatti principalmente sulla base della comodità e del tempo di arrivo della merce.

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 stampa di una pubblicazione su carta senza collanti certificata FSC
- 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 Treadom.
- la scelta di riparare il telefono aziendale anziché comprarlo nuovo

### 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. Sebbene minimi, evidenziamo rischi maggiori per quanto riguarda prodotti in ambito alimentare (ristorazione, caffè e cacao) o il servizio di consegna di prodotti a domicilio con le relative emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera.

## VERSO IL BENE COMUNE

Definire entro il 2023 una politica per la scelta dei fornitori e dei beni e servizi anche non continuativi che includa criteri relativi alla sostenibilità ambientale lungo la filiera, a partire da quei settori dove già si hanno chiare alternative più sicure in tal senso come, ad esempio, regali e gadget del commercio equo e solidale, la certificazione FSC per prodotti in carta e legno, la scelta di produttori locali per ridurre l'impatto ambientale del trasporto.

Oltre a ciò valuteremo l'utilizzo di un questionario da sottoporre ai fornitori per raccogliere informazioni sul grado di soddisfazione riguardo la collaborazione con la nostra società, ma anche sulle condizioni di lavoro, certificazioni ambientali e/o sociali, ecc...

**14% Quota di prodotti/ servizi acquistati che rappresentano alternative migliori dal punto di vista ambientale**

### VALUTAZIONE AUTO/PEER

A3.1 Impatti ambientali lungo la filiera	3/2
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. Consideriamo importante condividere con loro feedback 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.

Nonostante il periodo complicato del 2022, 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, segnaliamo 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.

## VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

**3,77% 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 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.

La perdita di bilancio avuta nel 2022 è stata coperta tramite capitale proprio, senza aumentare l'indebitamento, ma utilizzando le riserve aziendali. In questo modo le riserve aziendali sono diminuite, in ogni caso il capitale proprio rimane maggiore o almeno pari di quello esterno che viene dalle banche.

### 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), la quale rappresenta un compromesso tra una grande banca e Banca Etica che non ha al momento un'offerta dei servizi desiderati da FPP.

Nel 2022 è stata iniziata come previsto la restituzione del prestito ottenuto durante il covid.

Nome del partner	Tipologia di partner finanziario	Prodotto finanziario (prestito, conto corrente, assicurazione, ...)	Volume 2022 (€)
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Finanziamento covid	24.000
BCC Banca di Verona e di Vicenza	Banca	Conto corrente, giacenza media	10.000
Cattolica	Assicurazione	Polizza "A tutela"	2.500

## VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti significativi obiettivi di miglioramento.

<b>CAPITALE PROPRIO</b>	<b>14.671 €</b>
Capitale sociale	10.000 €
Riserve	42.052 €
Utili portati a nuovo	0 €
Utile esercizio 2021	-37.381 €

<b>CAPITALE ESTERNO</b>	<b>91.917 €</b>
Passività bancarie (finanziamento Covid)	24.000 €
Fondo TFR	16.000 €
Debiti verso fornitori	31.259 €
Debiti erario e INPS	20.658 €

<b>CAPITALE PROPRIO</b>	<b>14%</b>
<b>CAPITALE ESTERNO</b>	<b>86%</b>

### 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

# 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 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 effettuata dai consulenti senior verso quelli junior, 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 2022 è continuato l'investimento di compensazione delle emissioni e l'aggiornamento del Bilancio del Bene Comune. Gli utili realizzati negli anni precedenti sono stati utilizzati per coprire la perdita e per mantenere gli impegni presi verso collaboratori e fornitori.

INVESTIMENTI STRATEGICI EFFETTUATI NEL 2022	31.795 €
Marchio (valore di bilancio)	20.700 €
Formazione	1.300 €
Strumenti di lavoro	5.398 €
Progetto di compensazione delle emissioni	2.000 €
Bilancio del Bene Comune	2.397 €

INVESTIMENTI UTILI PER IL FUTURO AZIENDALE (2023)	19.207 €
Associazione a Assobenefit	400 €
Collaboratore part time dedicato allo sviluppo	12,000 €
Bilancio del Bene Comune	2,807 €
Formazione	4,000 €

### DISTRIBUZIONE INIQUA DEGLI UTILI

Fundraiserperpassione non ha mai distribuito utili ai soci.

## VERSO IL BENE COMUNE

L'obiettivo di miglioramento desiderato per il 2023 è sicuramente quello di tornare a produrre degli utili per riprendere gli investimenti sul bene comune.

Ammontare totale delle immobilizzazioni al netto degli ammortamenti  
24.903 €

Utili accantonati come riserve  
0 €

Utile d'esercizio  
-37.381 €

Non ci sono utili

### VALUTAZIONE AUTO/PEER

B2.1 Impiego degli utili solidale e orientato al bene comune 10/10

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 200 alberi in vari stati dell'Africa, realizzata in collaborazione con Treedom. Questo progetto è proseguito anche nel 2022 con la piantumazione di ulteriori 200 alberi.

Oltre a ciò in ufficio è stato sostituito l'impianto di condizionamento con pompa di calore e sono state montate delle lampadine a LED che consumano meno rispetto a quelle utilizzate in precedenza.

### 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.

Si tratta di servizi realizzati nel primo interesse del donatore il quale può trovare nella proposta di Fundraiserperpassione la possibilità per esempio di costituire e gestire una fondazione ospitata con condizioni molto economiche e veloci, piuttosto che per le persone e le organizzazioni non profit l'opportunità di aprire fondi per il «dopo di noi» o, ancora, fondi tematici, fondi territoriali o fondi aziendali anche per la gestione di servizi di welfare aziendale.

Nel fondo accantoniamo delle risorse ogni anno per promuovere il nostro Bando annuale 'Dono e Dintorni', con il quale sosteniamo progetti che hanno lo scopo di incentivare la cultura del dono e contribuire allo sviluppo della professione del Fundraiser e del Promotore del dono. Il Bando premia ogni anno progetti in due ambiti differenti: sviluppo della professione e personal fundraiser. I progetti vengono poi monitorati e valutati in fase di realizzazione e di rendicontazione, la quale viene poi resa pubblica.

La scelta dei progetti premiati avviene tramite confronto e discussione all'interno di una commissione composta da persone appartenenti alle organizzazioni e agli enti promotori.

**Quota degli investimenti con impatto ambientale positivo effettuati sul totale degli investimenti 2022**

**9,41%**

**Quota degli investimenti in progetti socio-ambientali effettuati sul totale degli investimenti 2022**

**6,29%**

### DIPENDENZA DA RISORSE CON IMPATTO AMBIENTALE RILEVANTE

I consulenti di Fundraiserperpassione sono ampiamente 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.

# B3 INVESTIMENTI SOCIO-AMBIENTALI E IMPIEGO DEGLI UTILI

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

I candidati compilano un questionario nel quale inseriscono le informazioni del loro progetto di sviluppo della professione del Fundraiser o del loro progetto di personal fundraiser a servizio di una causa e una organizzazione non profit.

La commissione individua i progetti vincitori del Bando per i due ambiti, oltre a indicare una menzione d'onore per ciascun ambito.

I criteri di ammissione e selezione dei progetti sono pubblicati nel testo del bando e si possono così sintetizzare:

*Criteri che possono far propendere per il sostegno di tutto o in parte del progetto:*

- che sia in linea con quanto previsto dal bando, quindi che promuovano la diffusione della cultura del dono e/o lo sviluppo della professione del fundraiser;
- che il progetto rivesta interesse non solo per chi vi partecipa direttamente, ma che possa essere fruito indirettamente anche da specifici gruppi di persone o dalla comunità dei fundraiser;
- progetti che prevedano modalità specifiche di pubblicità e comunicazione proprio per allargarne la platea di fruitori;
- progetti creativi e innovativi che permettano di trattare i temi in questione con modalità nuove o comunque originali (es. testo teatrale o altre forme di espressione);
- progetti presentati non da un solo soggetto, ma da più soggetti anche se non formalizzati in reti o simili;

*Criteri di esclusione dei progetti:*

- non vengono finanziati progetti che prevedano la fruizione di singole persone o singoli professionisti;
- progetti che non prevedano la condivisione dei risultati o del valore prodotto;
- progetti che servano a finanziare attività tipiche di formatori e/o consulenti autoprodotte;
- progetti che non rispondano allo scopo del bando;
- progetti che palesemente non possano essere perseguiti da chi li propone (es. dimensioni e caratteristiche delle organizzazioni, dimensioni del progetto, ecc.)

I progetti premiati vengono poi pubblicati sul sito di Fundraiserperpassione a questo link: <https://www.fundraiserperpassione.it/bandi/> e ciò nella coerenza dello scopo del fondo che prevede che delle risorse utilizzate ne possano fruire il maggior numero di soggetti possibili cercando anche di fare in modo che il valore prodotto con i progetti finanziati possa essere patrimonializzato da persone e organizzazioni.

## VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti obiettivi di miglioramento.

### 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 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 2009 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 far coincidere il brand con il team.

*"Non c'è nessun veto che un giorno FPP possa non essere di Zanin. Mi piacerebbe anzi che restasse oltre me. Ma come potrebbe diventare e come potrebbe essere gestita non è ancora mai stato affrontato." [L.Z., 2021]*

*"Quale che sia la forma che ci diamo, ho l'impressione che il legame stia sopra. [S.S., 2021]"*

*"FPP deriva dall'impegno di tante persone diverse, oggi. Il possesso non fa per me, sono più per l'uso. FPP siamo noi! Al di là della visura camerale." [L.L., 2021]*

### 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 è di fatto un network costituito da 13 collaboratori di cui 12 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 da dipendenti essendo questa forma troppo rigida e vincolante rispetto ai progetti di vita individuali.

Nella forma organizzativa che Fundraiserperpassione 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 basare 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 e quali obiettivi di sviluppo e consolidamento del modello abbiamo per i prossimi anni.

Altre informazioni rispetto ai membri che compongono il team si trovano: <https://www.fundraiserperpassione.it/chi-siamo/>



# C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

### CULTURA ORGANIZZATIVA ORIENTATA AI LAVORATORI

Negli ultimi anni Fundraiserperpassione ha adottato una forma di organizzazione 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 nella quale egli si è impegnato ad affidare tutte le decisioni societarie al gruppo di collaboratori che compongono Fundraiserperpassione. 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, nei quali il gruppo decide quali accorgimenti adottare per rendere più efficace e armonica la collaborazione. Altri possibili conflitti tra i collaboratori vengono risolti tramite un confronto diretto tra le parti in causa.

Il consulente viene supportato da Fundraiserperpassione 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 supervisori.

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 2022

1 collaboratore uscito nel corso dell'anno

**Appartenenza media  
all'azienda  
8,2 anni**

**Ore medie di formazione  
all'anno per collaboratore  
22 ore**

**Collaboratori per genere**  
Maschi: 2  
Femmine: 11

**Collaboratori per fascia  
d'età**  
18-35: 1  
36-50: 9  
50+: 3

**Collaboratori per livello di  
istruzione**  
Diploma: 1  
Laurea: 12

**Numero candidature  
spontanee ricevute: 3**

# 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 120 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 dall'Amministratore unico e dalla Direttrice, in sostanza le due persone che rappresentano sia la maggior esperienza da mettere a disposizione del consulente e del cliente, sia lo sviluppo del team e lo sviluppo commerciale della Fundraiserperpassione permettendo così di monitorare sia l'attività del consulente (allo scopo di sostenere non di controllare) sia 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. Si è 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.

*"Alcuni domini, anche a ragione, sono diventati molto forti e hanno un peso specifico maggiore. La libertà di espressione è nel processo teal: se non la agiamo non siamo nel processo..."[GR]*

*"Non mi sono mai sentita di non potermi esporre, talvolta ho scelto di non farlo e in quel caso qualcun altro ha deciso per me." [ST]*

*"Io mi sento parte di un gruppo dal quale ricevo moltissimo e cerco di dare ciò che posso. Non mi sento un fornitore, quasi nemmeno un collaboratore, siamo qualcosa di più. Il collaboratore esterno dà un pezzetto e se ne va per la sua strada...noi camminiamo insieme."*

*"C'è un po' di gerarchia perchè se uno ha responsabilità maggiori, il ruolo è diverso. Ma io sono grata del loro lavoro perchè mi trovano i clienti. Cerco il più possibile che sia un rapporto di scambio, ma anche la TEAL prevede che ci siano ruoli e responsabilità anche di entità diverse." [MG]*

*"Mi è capitato di ritrovarmi in un progetto di mia competenza con una consulente che sapeva molto più di me. Potevo appoggiarmi, viverla in conflitto e invece ho deciso di riconoscere e vivere in modo pacifico questa disparità." [LF]*

*"Sono capace di organizzare gruppi e lavoro, questa è la mia motivazione e spinta con cui lavoro e che metto al servizio del nostro scopo e dei miei colleghi. Quindi per me è importante sapere cosa ne pensano. Se non ricevo feedback, nemmeno negativi, non ho termini di paragone. Nella srl non c'è il mio nome, ma faccio il mio lavoro perchè mi piace vedere che i professionisti prendono vita e fanno bei progetti con me." [LL]*

# C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

*C'è un patto di fiducia che implicitamente e non formalmente sostiene l'organizzazione al netto delle infrastrutture formali. Non sono in grado di dire dove siamo rispetto a una "vera organizzazione teal" perchè non ne conosco, ma sicuramente il teal ci ha dato degli strumenti per stare insieme e lavorare insieme e sentirci parte di un'organizzazione nella nostra particolarità [LF]*

## PROMOZIONE DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO

Le principali minacce o danni alla salute sul lavoro in Fundraiserperpassione derivano dal molto tempo trascorso in auto, dallo stress provocato dall'insicurezza economica propria dei lavoratori autonomi e dalla tipologia di orari di lavoro che tendono ad essere poco regolari.

Per ridurre questi rischi è stata incrementata la porzione di lavoro che viene svolta online, soprattutto a partire dal 2020, anche se non tutte le consulenze possono essere portate a termine senza 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 dispendiose dal punto di vista fisico.

Nel 2022 abbiamo realizzato degli incontri con i consulenti per ridurre lo stress provocato dall'insicurezza. Abbiamo cercato di definire per ogni consulente un obiettivo di fatturato comune, in modo da poter ridurre la volatilità e l'insicurezza causate dalla nostra tipologia di lavoro. 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 situazione finanziaria.

Le collaborazioni *blended*, dove molta parte del lavoro viene realizzato 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, indicato come obiettivo di miglioramento dal precedente Bilancio EBC. Questo documento, condiviso 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.

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 governance alla presenza di 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, l'organizzazione ha sempre cercato di rendere agevole il rientro al lavoro, accomodando le loro necessità familiari. Il gruppo di Fundraiserperpassione 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 sono tenute coinvolte e aggiornate attraverso comunicazioni e l'invito alle riunioni.

Le collaboratrici che sono state in maternità sono rientrate al termine, ritrovando lo stesso volume di lavoro, lo stesso fatturato e lo stesso ruolo.

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 vi è assoluta parità di trattamento sia delle condizioni di lavoro che del trattamento economico, potrebbero sembrare poca cosa o comunque non significativa. Chi ha lavorato come libero professionista sa però cosa significa rimanere «fuori» dal mondo del lavoro per 6/10 mesi sia in termini di seguire i clienti, sia in termini di aggiornamento professionale.

# C1 LA DIGNITÀ UMANA SUL LUOGO DI LAVORO

Inoltre, il team di Fundraiserperpassione, non si limita a sostenere le colleghe madri o i colleghi padri, nella fase acuta 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 maschi e colleghe femmine, 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 prefissati. 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.

Dal bilancio delle competenze, al quale hanno partecipato 11 consulenti su un totale di 13, sono stati sintetizzati i seguenti punti di forza, quelli cioè rispetto ai quali il team di Fundraiserperpassione ha dimostrato un eccellente grado di preparazione:

- 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

*“Dopo la nascita del secondo figlio per un lungo periodo non son riuscita a lavorare direttamente sul campo, ma non per questo mi sono sentita esclusa dal lavoro, anzi. Ho continuato a partecipare alla formazione di Fundraiserperpassione e a tutti i momenti di aggiornamento in un gruppo di colleghi in cui c'è empatia, che mi ha sempre fatto sentire parte della squadra e mai un peso l'aver scelto di diventare mamma una seconda volta” [MDN]*

*“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

Quelle che seguono rappresentano invece le possibili aree di miglioramento:

- Organizzazione un gruppetto di volontari per il fundraising a supporto delle attività pianificate
- Conoscenza delle principali regole di spedizione (posta, tariffe, ROC...)
- 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 basi del funzionamento di Donor Box
- Conoscenza delle principali piattaforme e caratteristiche che le distinguono
- Conoscenza degli enti erogatori e loro funzionamento (caratteristiche dei singoli enti - territorialità, settori di intervento, ecc)
- 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 la valutazione delle risposte si è utilizzata una scala dove 1 è 'completamente in disaccordo' e 5 è 'completamente d'accordo', con il valore intermedio 3 che indica una incertezza o indifferenza.

Sulla base dell'analisi dei risultati, abbiamo deciso di considerare i valori uguali o superiori a 3 come positivi, con i valori 1 e 2 indicanti le aree di miglioramento del team.

## CONDIZIONI DI LAVORO INADEGUATE

La dignità della persona e delle condizioni di lavoro sono valori fondamentali per Fundraiserperpassione. Non si rilevano criticità in tal senso.

## VERSO IL BENE COMUNE

Entro il 2023 si impegna inoltre a stilare una policy chiara di recruiting per regolare la ricerca e l'inserimento di nuovi consulenti nel team. Questo obiettivo verrà realizzato compatibilmente alle priorità aziendali durante il 2023 e se vi saranno delle esigenze concrete di inserimento di nuove figure. Oltre a questo, l'azienda si impegna a verificare che le azioni intraprese per accomodare le esigenze e le richieste dei consulenti abbiano effettivamente giovato al team tramite uno strumento di monitoraggio da definire e condividere.

### 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	7/5
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 dall'attività in oggetto. Nel caso di compensi per attività di consulenza, il compenso viene diviso in questo modo: a Fundraiserperpassione va il 50%, mentre al consulente va il restante 50%. Nel caso in cui il cliente venga acquisito per merito del consulente è riconosciuto un premio equivalente al 10% del valore della commessa.

Nel caso di attività di formazione, solitamente nel caso di compensi orari fino a 50 Euro la società non trattiene nulla, per compensi superiori viene trattenuto il 20%.

Per quanto riguarda i compensi dei collaboratori che svolgono attività di supporto o di sviluppo commerciale, viene stabilito un forfait che 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.

Per la maggior parte dei collaboratori il monte ore e lo stipendio ricavato dalla collaborazione con Fundraiserperpassione non raggiunge la quantità desiderata o messa a disposizione dal singolo, in quanto a volte le esigenze dei clienti non sono compatibili con quelle dei consulenti, impedendo così il raggiungimento del fatturato desiderato. Per questo motivo molti di loro svolgono anche attività part-time presso altri enti o organizzazioni, in modo da poter integrare l'orario di lavoro e le entrate mensili. E' d'altra parte necessario sottolineare che spesso Fundraiserperpassione 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.

In Fundraiserperpassione applichiamo la logica della mutualità interna. In caso di maternità o in altre situazioni, ad esempio, è possibile anticipare la liquidità quando non è possibile fatturare e quindi potrebbero esserci delle difficoltà. Nel momento in cui lavoriamo al posto di un collega per una sua difficoltà, non prendiamo tutta la sua remunerazione ma la redistribuiamo.

Nel 2022 è stata studiata la formula del conscious contract ma non è stata prevista una sua adozione per vari motivi: non era chiaro lo sviluppo concreto di questa forma contrattuale, avrebbe previsto un investimento economico per l'affiancamento da parte di un professionista che in un anno di perdita non poteva essere sostenuto, avrebbe formalizzato attività che vengono già fatte.

#### Retribuzione oraria

Minima: 50€

Massima: 90€

#### Forbice salariale:

1,8

#### Collaboratori per tipologia di contratto 2022:

Liberi professionisti: 12

Stage / apprendistato: 0

#### Collaboratori per tempo di lavoro 2022:

Full-time: 3

Part-time: 10

## 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, per venire poi discussa e valutata assieme ai singoli collaboratori. Viene quindi instaurato un dialogo con i singoli consulenti per capire se vi sono le condizioni per loro di accettare la commessa, senza rischiare di oberare il singolo collaboratore con incarichi superiori alle sue capacità di lavoro.

Dal momento che tutti i collaboratori sono dei liberi professionisti, ognuno di loro ha la facoltà di organizzare il proprio tempo e il proprio impegno lavorativo, compatibilmente con le esigenze dei clienti e con la propria situazione familiare e personale.

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 relative ai clienti. Questa nuova modalità di organizzazione del lavoro è stata confermata anche ad emergenza sanitaria conclusa, in modo da permettere ai singoli 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, tra fine 2021 e inizio 2022 sono stati realizzati 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 e di attività realizzata tramite Fundraiserperpassione.

Il maggior risultato che è derivato dai colloqui effettuati singolarmente con i consulenti consiste, da parte del consulente nella 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 che sarebbero preferite, da parte della Società l'opportunità di costruire programmi di lavoro che, compatibilmente con la mobilità e la variabilità delle commesse, spossano essere compatibili con tali desideri.



## C2 WELFARE AZIENDALE, RETRIBUZIONE E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

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 che hanno impegni familiari. Fundraiserperpassione 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.

### 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 vi sono obiettivi di miglioramento da segnalare.

### 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 libero professionista organizza i pasti come vuole, quindi questo aspetto risulta non applicabile. Il Team dei consulenti ha realizzato un vademecum per la vita sana da seguire durante l'attività quotidiana (come già riportato nel tema sicurezza sul luogo di lavoro). Il vademecum è stato condiviso e messo a disposizione di tutto il team.

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 vegano che rispecchia anche l'attenzione all'ambiente di Fundraiserperpassione.

### MOBILITÀ VERSO IL LUOGO DI LAVORO

I collaboratori utilizzano perlopiù l'auto per raggiungere il posto di lavoro o i clienti. L'utilizzo di altri mezzi di trasporto è reso difficoltoso a causa della collocazione dei clienti in ambiti provinciali e quindi fuori dal raggio della rete ferroviaria.

Negli ultimi due anni si è imparato a trasferire online delle attività che non necessitano della presenza fisica, in modo da ridurre l'impatto ambientale ed efficientare i tempi di lavoro.

L'azienda ha iniziato nel 2021 e proseguito nel 2022 un progetto di compensazione dell'impatto dovuto all'utilizzo dell'automobile tramite la piantumazione di alberi per una quantità equivalente alle emissioni prodotte. Il calcolo dell'impatto e delle quantità di alberi necessari per la compensazione è stato realizzato in collaborazione con Treedom, il quale è anche il partner mediante il quale l'intero progetto è stato fatto.

### CULTURA ORGANIZZATIVA BASATA SULLA CONSAPEVOLEZZA DI UN APPROCCIO ECOLOGICO

I collaboratori di Fundraiserperpassione hanno livelli di sensibilità e consapevolezza diversi rispetto al tema ambientale e non esiste una politica aziendale esplicita a tal riguardo, se non una preferenza per la dematerializzazione 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 d'altra parte 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.

2021	2022
<b>Tot km percorsi</b>	
122.733*	85.375**
<b>Tot km percorsi sul fatturato (km per ogni €)</b>	
0,29	0,32
<b>Tot emissioni CO2eq (ton)***</b>	
21,6	14,6

\*Pari a ca. 3 volte il giro della terra

\*\*Pari a ca. 2 volte il giro della terra

\*\*\*Calcolo effettuato utilizzando i fattori di emissioni DEFRA UK, 2019. Conversion Factors Full Set. Average car

### 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 o rese tali su richiesta dei collaboratori. I dati finanziari sono condivisi con i collaboratori a fine anno, accompagnati da una loro analisi e descrizione, in modo da renderli meglio fruibili e più comprensibili.

In generale, la trasparenza è alla base della cultura aziendale e l'allargamento del team ha reso la condivisione dei dati più professionale e istituzionale.

Nel corso del 2022 abbiamo realizzato degli incontri strategici con un gruppo ristretto di collaboratori, maggiormente ingaggiati e propensi a prendersi delle responsabilità, oltre a degli altri incontri che hanno coinvolto tutto il team, definiti come comunità di pratica. Questi incontri trattavano degli argomenti suggeriti dai membri del team, con l'obiettivo di fornire degli strumenti o delle conoscenze che venivano percepite come carenti e che però erano richieste dai clienti.

Oltre a ciò vengono organizzati regolarmente degli incontri di supervisione tra singolo consulente e CEO 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 è un'organizzazione TEAL e, in quanto tale, 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. In Fundraiserperpassione esiste la figura del Direttore, i cui domini e responsabilità sono stati definiti tramite incontri di governance, dove è possibile condividere feedback su questo, sugli altri ruoli e processare eventuali tensioni sorte durante il lavoro quotidiano.

### 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.

In questo senso vi sono delle decisioni che vengono prese in modo individuale, delle decisioni operative per le quali viene coinvolto un gruppo allargato e delle decisioni strategiche alle quali partecipa un gruppo ristretto di collaboratori.

*“Dal punto di vista finanziario i dati vengono condivisi a scadenza. Vedo il desiderio di condividere e rendere trasparenti le informazioni. L'anno scorso ero stagista e ho avuto accesso a molti più dati rispetto alla media degli stagisti. Ho tutto ciò che mi serve.”  
[RC, 2021]*

*“Garantire trasparenza è diventato più complesso perchè ci siamo allargati, ma questo è sempre stato alla base della nostra cultura. Prima era uno scambio quasi personale, ma in realtà c'erano molti meno dati di quanti sono accessibili adesso.” [LL, 2021]*

# C4 CONDIVISIONE DELLE DECISIONI E TRASPARENZA NELL'ORGANIZZAZIONE

Questo permette di rispecchiare l'effettivo coinvolgimento dei collaboratori e la loro partecipazione al processo decisionale.

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.

Nell'ultimo periodo, in particolare durante il 2022, grazie ad ulteriori riunioni e approfondimenti i collaboratori hanno fatto proprio il sistema TEAL e hanno imparato ad agirlo, in quanto fanno riferimento ai giusti domini per le giuste questioni. Questo rappresenta di sicuro un passo in avanti rispetto ai primi tempi dell'adozione di tale sistema.

## IMPEDIMENTO DELLA RAPPRESENTANZA AZIENDALE

In Fundraiserperpassione ognuno è libero di esprimersi e di presentare le proprie istanze ed esistono apposite riunioni di governance dove è possibile portare tensioni e feedback.

## VERSO IL BENE COMUNE

L'organizzazione si impegna nel 2023 a migliorare nella frequenza ma anche nella tempestività (sedi e luoghi appropriati) il sistema di feedback nei confronti dei vari domini aziendali.



VALUTAZIONE AUTO/PEER	
C4.1 Trasparenza nell'organizzazione	3/3
C4.2 Legittimazione del management	2/2
C4.3 Coinvolgimento dei lavoratori	7/7
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 si è sempre posta come obiettivo quello di contribuire 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 (di solito in presenza oppure online nell'ultimo periodo a causa dell'emergenza covid) oppure offrendo ai potenziali clienti uno o due incontri gratuiti di conoscenza e condivisione che non vengono valorizzati economicamente se la consulenza viene poi attivata.

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

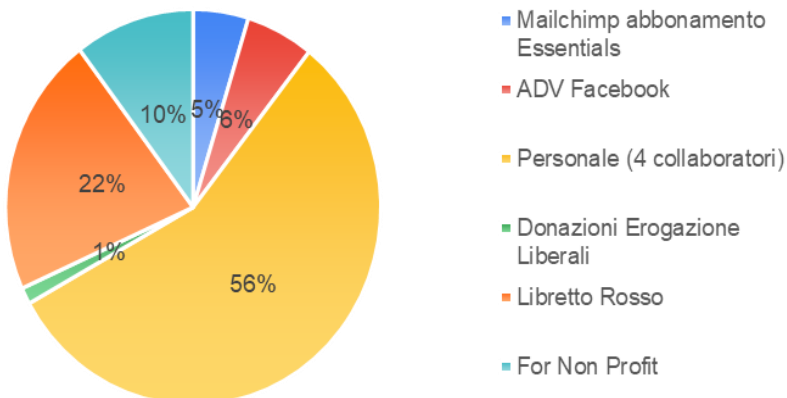
Nel 2022 sono proseguite e rafforzate le strategie di marketing, soprattutto in ambito digitale, che erano state messe in cantiere in precedenza ma che la particolare situazione dovuta al covid ha accelerato. Questi interventi hanno portato all'utilizzo del sito web come strumento per la raccolta di lead tramite il materiale donato, alla creazione di un piano editoriale per DEM, una strategia social che include contenuti sponsorizzati con un budget annuale di circa 1000 Euro. Oltre a ciò sono state definite delle procedure di fidelizzazione e di cura della relazione con i clienti che si traducono in una relazione finale, una chiavetta USB contenente tutti i materiali prodotti, un voucher per un check-up successivo al termine della consulenza. In questo modo il periodo di consulenza viene ulteriormente valorizzato e rilanciato a sei mesi dalla sua conclusione.

Questi accorgimenti hanno permesso l'acquisizione di nuovi contatti di potenziali clienti attraverso nuovi canali, soprattutto digitali e la fidelizzazione di quelli già esistenti.

I contratti di consulenza vengono stipulati solo laddove si comprende che vi siano le pre-condizioni per svolgere un lavoro di qualità e creare valore condiviso per i clienti.

Nel caso di alcuni possibili clienti, è stato sconsigliato di procedere con la stipula del contratto di consulenza in quanto ci si è resi conto che i costi da sostenere avrebbero messo in difficoltà l'organizzazione e che quindi i costi sarebbero stati maggiori dei benefici. Questo atteggiamento ha rafforzato la reputazione di Fundraiserperpassione nel settore e ha permesso di raggiungere alcuni potenziali clienti tramite il passaparola generato da questa pratica.

### Spese per marketing e comunicazione 2022



Spese totali per comunicazione e marketing  
- come % delle spese totali dell'azienda 6%  
- come % del fatturato: 5,1%

L'azienda non stabilisce obiettivi di fatturato per il suo personale

Non ci sono elementi variabili legati alle vendite salvo il riconoscimento di un premio nel caso in cui il cliente sia acquisito per merito del collaboratore

# 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.

Nel corso del 2022 sono aumentate le attività di "selezione di fundraiser" a favore dei clienti, indice del fatto che le organizzazioni capiscono il ruolo fondamentale del fundraiser per la riuscita della 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 e non da una mera azione di marketing.

I contratti di consulenza danno la possibilità ad ogni cliente di recedere con un mese di preavviso, senza dover sostenere dei costi aggiuntivi, nel caso in cui non siano soddisfatti del percorso intrapreso. Lo stesso vale per Fundraiserperpassione in qualità di fornitore, nel caso in cui ci si renda conto che il percorso di consulenza non stia dando i frutti sperati.

I pochi reclami informali ricevuti (un paio negli ultimi due 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 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 da Fundraiserperpassione hanno un costo che presuppone la disponibilità e l'intenzione da parte del cliente o potenziale tale di investire nel fundraising. Alcune organizzazioni possono identificare nel costo della nostra attività di consulenza una barriera di accesso ma questo evita che venga dedicato del tempo a realtà che non hanno maturato una scelta consapevole di apertura alla raccolta fondi, la quale presuppone dei rischi d'impresa che il cliente si deve per forza assumere.

Allo stesso tempo, nel caso in cui alcune organizzazioni esprimano il desiderio di collaborare con Fundraiserperpassione, evidenziando anche dei problemi di budget, si cerca di individuare la soluzione e la formula più adatte a permettere l'instaurazione di un rapporto proficuo.

*"Cerchiamo di far crescere il settore prima che il numero di clienti. Così facendo, poi i clienti ci cercano. E' più facile che diventi cliente chi ti ha cercato rispetto a qualcuno che hai spinto."*

*[L.Z., 2021]*

*"Ci è capitato di dire "non comprateci!"*

*[L.L., 2021]*

# D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

Nel 2022 sono stati pensati e offerti dei servizi più piccoli e meno onerosi, adatti anche ad organizzazioni con una minore capacità di spesa, visto il contesto economico difficile legato al particolare momento storico.

Fundraiserperpassione 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 per sia per l'apprendimento che abbiamo da queste interlocuzioni, sia perché ci permette di provare a elaborare soluzioni sempre nuove per andare incontro alle esigenze dei clienti, ma anche degli enti che non sono ancora clienti o che non possono, per questioni economiche, esserlo.

Vi è quindi una grande attenzione da parte della nostra Società a conoscere e soprattutto a comprendere l'evoluzione del mercato, per rispondere in modo veloce ed efficace alle nuove necessità di sviluppo degli enti non profit.

Oltre a ciò, in alcuni casi, Fundraiserperpassione ha offerto dei servizi pro bono per supportare alcune realtà che non avrebbero potuto in alcun modo affrontare degli investimenti monetari. Nel 2022 le consulenze pro bono sono state sei, con un totale di 3072 ore investite. Due progetti riguardavano il sostegno a movimenti politici.

Nel caso di collaborazione con organizzazioni attive nel supporto di soggetti svantaggiati (ad es. non vedenti), i nostri consulenti hanno dovuto adattare tutti i materiali necessari in modo da poter essere fruibili da parte del cliente.

In alcuni casi si evidenzia la necessità di semplificare il linguaggio tecnico e settoriale che viene utilizzato, in modo da rendere fruibile e comprensibile i concetti espressi anche a chi non ha competenze di base o a chi non ha una formazione specifica nel fundraising. Può quindi accadere che nell'attività di consulenza si rischi di dare per scontate delle competenze che possono non essere comuni a tutti i soggetti coinvolti. In ogni caso nel corso del 2022, grazie alla rivisitazione dei materiali di comunicazione, è stato utilizzato un linguaggio più semplice e maggiormente comprensibile.

# D1 RELAZIONI ETICHE CON I CLIENTI

## ATTIVITÀ DI MARKETING E COMUNICAZIONE NON ETICHE

Non si evidenziano attività di marketing e comunicazione non etiche

## VERSO IL BENE COMUNE

Entro il 2025 ci impegniamo a rendere accessibile e fruibile il sito aziendale e i materiali di comunicazione anche a persone con impedimenti della vista tramite l'utilizzo del font open dislessic o del braille.

Stiamo lavorando ad un progetto di customer satisfaction, valutando di implementare delle azioni volte a misurare il grado di soddisfazione dei clienti nei confronti dei nostri servizi.

Stiamo anche valutando di stringere entro il 2023 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	8/7
D1.2 Assenza di barriere	7/7
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 ha considerato strategico lo sviluppo di collaborazioni con altre organizzazioni del settore. Questo risponde sia ad un'esigenza e ad un 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, Codici Ricerca), organizzazioni di settore (ASSIF).

Abbiamo collaborato con Terzo Filo, una realtà padovana specializzata sui temi della cultura, confrontandoci anche sulla gestione dei collaboratori e di Granter. 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 e il riconoscimento della professione del Fundraiser.

Nel corso del 2022 sono state fatte 3 call conference con 4 giovani fundraiser piemontesi che volevano costituire un soggetto dedito alle consulenze di fundraising. Durante questi incontri si sono valutate le diverse posizioni e diverse situazioni proponendo soluzioni che hanno trovato applicazione.

Ad oggi questi quattro colleghi hanno iniziato le loro prime attività di consulenza.

Nel corso del 2022 è stata sostenuta con un contributo di 500 € Wineraising, l'annuale iniziativa svolta in concomitanza con il festival del Fundraising che raccoglie fondi per finanziare borse di partecipazione allo stesso Festival per giovani colleghi.

Nel 2022 è stato sostenuto con un contributo di 1.000 € 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 o consulenti.

Allo stesso tempo sono stati stretti dei rapporti con delle realtà esterne al settore, quali ad esempio Apindustria, Animaimpresa o Assobenefit.

### SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

4

collegi Junior avviati alla professione

9

studenti partecipanti alla prima edizione di Eudaimonia la prima scuola di mestiere per fundraiser

1.000 €

contributo al Non Profit Woman Camp

500 €

contributo Wineraising per borse di partecipazione al festival del Fundraising

1.900 €

erogati con il Bando Dono e Dintorni per progetto di una collega

4

free kit messi a disposizione gratuitamente nel sito

# D2 COOPERAZIONE E SOLIDARIETÀ CON I CONCORRENTI

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

In Fundraiserperpassione è da sempre aperti 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. Inoltre, attraverso il nostro bando "Dono e Dintorni", sosteniamo progetti di concorrenti.

Alla fine di ogni anno pubblichiamo sempre 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 di consulenti di fundraising.

Condividiamo poi tramite dei free kit disponibili sul nostro sito strumenti di lavoro che utilizziamo assieme ai nostri clienti.

Nel corso del 2022 sono state realizzate 6 consulenze pro bono a favore di altrettante organizzazioni che non avevano i mezzi per sostenere un iniziale investimento nel fundraising. Queste attività hanno permesso di diffondere la cultura del dono presso questi enti e le persone che li compongono.

Nel 2022 si è svolta la prima edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere per fundraiser ideata e organizzata da Fundraiserperpassione. Gli studenti (in tot. 9) 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	8/8
D2.2 Solidarietà con i concorrenti	5/5
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 offre servizi immateriali senza particolari rischi dal punto di vista ambientale. Il principale costo ambientale è legato al trasporto dei consulenti, nella maggior parte dei casi possibile solo in automobile. Negli ultimi anni abbiamo imparato che è possibile trasferire online alcune attività che non necessitano della presenza fisica, in modo da ridurre l'impatto ambientale e crediamo sia utile 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.

A partire dalla quantità di CO<sub>2</sub> 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, valutando però di interromperlo per il 2023, in quanto gli alberi piantumati sono stati il doppio rispetto ai KM realizzati. In ogni caso abbiamo in programma di valorizzare i 330 alberi già piantumati nei prossimi anni.

### UTILIZZO MODERATO DI PRODOTTI E SERVIZI (SUFFICIENZA)

Offriamo i nostri servizi solamente se osserviamo un reale bisogno. 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.

Per il resto, 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 ECESSIVO

Fundraiserperpassione 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.

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 si configura come profondamente innovativa.

D'altra parte, a partire dal 2022 abbiamo messo a regime un sistema di supervisione con i consulenti per monitorare lo stato delle varie consulenze e gli obiettivi fissati, in modo da poter aggiustare la co-progettazione ove necessario. Le supervisioni avvengono con regolarità ogni due mesi e vengono investite in media un'ora oppure un'ora e mezza per ogni consulente, sulla base del numero dei clienti attivi nello specifico periodo.

Il processo sperimentato fino al 2021 per quanto concerne l'organizzazione delle supervisioni, è stato ulteriormente sviluppato nel corso del 2022. Si è affinato l'utilizzo di Calendly, licenza acquistata per facilitare la prenotazione degli appuntamenti di supervisione da parte dei consulenti, si è consolidata la presenza di due persone nelle supervisioni in modo da garantire maggiore comprensione ed elaborazione sia delle situazioni dei consulenti, eventuali necessità, dubbi, critiche, miglioramento, sia degli clienti, es. a che punto sia lo sviluppo della consulenza, progressi fatti, possibilità di miglioramenti.

Si sono differenziati i tempi di durata della supervisione in funzione del numero delle consulenze in essere per ogni consulente fermo restando richieste o situazioni particolari verso le quali vi è sempre la disponibilità dei supervisor a dedicare il tempo opportuno. Questa ha permesso di efficientare il sistema ottimizzando i tempi.

# D4 PARTECIPAZIONE DEI CLIENTI E TRASPARENZA DEI PRODOTTI

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

Inoltre vi è stato un apprendimento da parte dei consulenti del metodo di supervisione che ha permesso di essere più sintetico e meno dispersivo.

Si è migliorata la reportistica, divenendo più sintetica ed efficace e rimanendo, come da consuetudine, a disposizione di tutti i consulenti in modo che possa essere, laddove ognuno di loro lo ritenga utile, consultabile per valutazioni delle situazioni personali specifiche.

### TRASPARENZA DEI PRODOTTI

In fase di offerta, chiariamo al cliente la quantità indicativa di incontri e call, la durata del progetto e il costo indicativo forfettario. Nel contratto di collaborazione vengono presentati Fundraiserperpassione e il team di lavoro.

Alla fine del percorso inviamo al cliente un report finale con feedback, suggerimenti per prossimi passi e una chiavetta USB con tutti i materiali, oltre che un voucher per un follow-up entro 6 mesi. Spesso le organizzazioni non sentono il bisogno di utilizzare questo materiale offerto loro, a dimostrazione che viene offerto loro anche più di quanto abbisognano.

Nel corso del 2022 sei organizzazioni hanno deciso di rinnovare il loro contratto di consulenza con Fundraiserperpassione, quindi per questi clienti non sono stati emessi dei voucher.

### ASSENZA DI INDICAZIONI SULLE SOSTANZE PERICOLOSE

Non vengono utilizzate sostanze pericolose.

## VERSO IL BENE COMUNE

Vogliamo proseguire nella direzione intrapresa, valutando l'efficacia della modalità di lavoro online/blended che permette anche di far lavorare i clienti con più costanza, senza la necessità della presenza fisica del consulente.

### VALUTAZIONE AUTO/PEER

D4.1 Partecipazione dei clienti, co-progettazione di beni e servizi e analisi di mercato	8/7
D4.2 Trasparenza dei prodotti e servizi	3/4
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 persegue la propria missione fornendo strumenti 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.

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 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 partecipi al perseguimento degli stessi Goals. 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) Città e comunità sostenibili
- 7) Agire per il clima (direttamente con attività di compensazione delle emissioni)
- 8) Pace, giustizia e istituzioni forti

Fundraiserperpassione affianca gli attori del Terzo Settore nella rigenerazione delle comunità attraverso le pratiche di dono offrendo i seguenti servizi:

**Peopleraising:** 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 volontari dalla ricerca alla fidelizzazione. Tutto quello che serve per promuovere il dono del tempo.

**Fundraising per reti complesse:** anche nelle realtà territoriali si presentano spesso situazioni di complessità, dove una pluralità di soggetti, pubblici e privati, individuali o collettivi sono chiamati ad operare. Questo servizio prevede la costituzione di funzioni di fundraising e comunicazione operate e gestite insieme a più soggetti per massimizzarne l'efficacia e l'impatto positivo.

quota fatturato Peopleraising:

5.940 Euro

2%

quota fatturato Reti complesse:

0%

quota fatturato  
Intermediazione filantropica:

2.940 Euro

1%

quota fatturato il tuo modello di  
business:

0%

quota fatturato Coaching:

0%

# E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

**Intermediazione filantropica:** Questo servizio è pensato per tre categorie di soggetti: donatori che vogliono donare ma non sanno bene come fare; imprese for profit che intendono sviluppare attività di filantropia strategica; enti non profit che hanno bisogno di strumenti filantropici per dare maggiore efficacia alle proprie azioni di fundraising. Dall'analisi alla strategia, dalla costituzione di fondi alla promozione del dono, una consulenza completa a servizio dei donatori.

**Il tuo modello di business:** costruire il proprio modello di sostenibilità sociale ed economica è indispensabile e strategico per ogni impresa. Con questo servizio vengono messi a disposizione percorsi e strumenti idonei per la creazione di valore personalizzato per i differenti stakeholder. Cooperative e imprese sociali, ma anche enti culturali sono i principali interlocutori di una consulenza che spazia dal marketing dei servizi e prodotti, al fundraising.

**Coaching per il fundraising:** capire se l'organizzazione è pronta al fundraising, sapere se il board è preparato rispetto al cambiamento che interverrà nel corso dello sviluppo dell'attività con i donatori, sostenere i fundraiser nella loro opera quotidiana, definire se il fundraising è la via giusta per l'ente: questo è lo scopo del percorso proposto. Il fundraising cambia le organizzazioni, il servizio di coaching può favorire ed aiutare questo cambiamento.

**Startup per il fundraising:** un percorso di accompagnamento alla scoperta del dono e delle sue potenzialità. Formazione, organizzazione, sperimentazione e lezioni apprese, per definire il proprio modello di sostenibilità. Strategie, mercati, strumenti e tecniche, il fundraising non avrà più segreti.

**Formazione:** siamo inoltre disponibili come docenti in corsi sul fundraising e sulla cultura del dono.

Nel corso del 2022, considerato il mutato contesto sociale, economico e culturale, si è iniziata una revisione dei servizi sopra descritti valutando le mutate necessità delle organizzazioni non profit. Alcuni servizi, infatti, non sono richiesti dal mercato, o almeno non a noi, mentre si sono manifestate nel corso delle attività del 2022 nuove esigenze, nuove richieste, nuovi bisogni. Fundraiserperpassione ha avviato negli ultimi mesi dell'anno una profonda revisione dei servizi, escludendone alcuni e creandone altri, o, ancora, specificandone gli scopi e gli obiettivi. Questa fase si concluderà presumibilmente nella primavera del 2023 quando vedranno la luce le nuove proposte di servizi.

L'orientamento è non solo di rispondere a nuovi bisogni, ma anche a cercare di anticipare desideri e necessità degli interlocutori in modo da fornire stimoli continui di riflessione ed evoluzione del settore.

quota fatturato start-up  
fundraising:

250.842 Euro  
(84.49%)

quota fatturato formazione

37.170 Euro  
(12.52%)

# E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

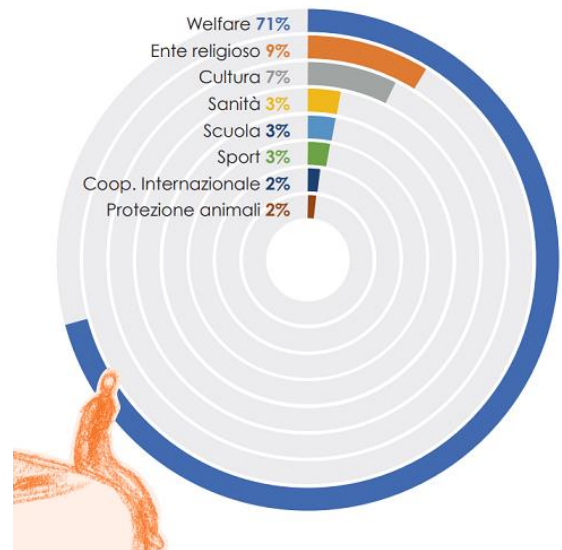
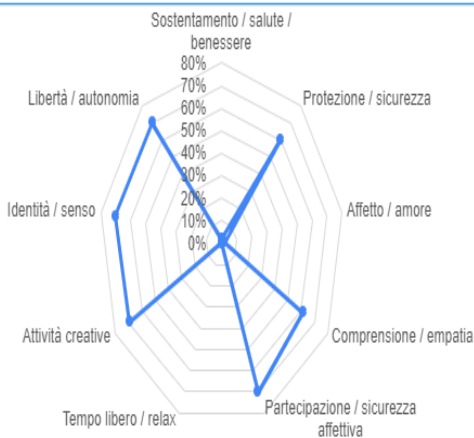
I nostri servizi sono in grado di rispondere a bisogni umani in special modo legati a:

- bisogno di identità e senso delle persone in seno alle organizzazioni
- bisogno di libertà e autonomia: la nostra consulenza è finalizzata a capacitare le persone e a far camminare le organizzazioni con le proprie gambe
- creatività
- comprensione e empatia: i nostri servizi si basano sull'ascolto dei bisogni
- sostentamento e benessere: i nostri servizi di fundraising permettono alle organizzazioni di rafforzare la loro sostenibilità economica e quindi la loro serenità e capacità di creare valore per i loro beneficiari
- protezione e sicurezza: attraverso il confronto con consulenti esperti di fundraising, ma anche offrendo servizi per l'intermediazione filantropica che permettono di donare in un contesto di sicurezza e trasparenza.

Essendo dei servizi di consulenza rivolti a differenti organizzazioni del Terzo Settore italiano con diversi ambiti di impatto, la nostra attività produce anche un impatto indiretto sugli SDG dell'Agenda 2030, in quanto contribuisce in maniera significativa ad incrementare l'attività dei nostri clienti a riguardo.



Bisogni soddisfatti attraverso i nostri servizi come quota del fatturato complessivo 2022



Didascalia del grafico: Per sviluppare questo grafico abbiamo dapprima mappato quali bisogni umani soddisfano i nostri servizi utilizzando come riferimento la ruota dei bisogni (Need Wheel, creata da Jim e Jori Manske e ispirata dal lavoro di Marshall Rosenberg (Comunicazione empatica) e da quello dell'economista cileno Manfred Max-Neef. Traduzione italiana: <https://www.giacomopoleschi.com/wp/portfolio-articoli/ruota-dei-bisogni/> ). In seguito, abbiamo calcolato la quota aggregata di fatturato 2021 sul totale del fatturato 2021 per i servizi rispondenti ad ogni bisogno.

Didascalia del grafico: questo grafico indica i settori di appartenenza dei clienti di Fundraiserperpassione nel 2022 e aiuta quindi a definire l'ambito di impatto delle attività della società.



# 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 concretizza il potenziale visionario del dono in tutti i settori della comunità e della vita sociale, mobilizzando energie altrimenti nascoste e valorizzando competenze al servizio del benessere di tutti.

Di seguito presentiamo i risultati e gli impatti generati nel 2022 dai nostri servizi presso gli Enti del Terzo settore accompagnati.

TIPOLOGIA DI SERVIZIO	DESCRIZIONE RISULTATO	INDICATORE	DATO 2022
STARTUP PER IL FUNDRAISING	Attività strutturata di fundraising	Totale donazioni raccolte	4.373.427€
STARTUP PER IL FUNDRAISING	Attività strutturata di fundraising	N. nuovi donatori	3.893
STARTUP PER IL FUNDRAISING	una funzione di FR strutturata con risorse e metodo	N. persone assunte come fundraiser	32
FORMAZIONE	Trasferire conoscenze e competenze ai discenti	N. persone formate	124

In modo da fornire dei dati di raffronto, il totale delle donazioni raccolte dai clienti nel 2020 erano 4.127.483 € mentre nel 2021 erano 3.245.777 €. I nuovi donatori attivati nel 2020 erano 5263 e nel 2021 9493.

Offriamo i nostri servizi ad Enti del Terzo Settore, ovvero a soggetti privati che portano avanti in maniera maggioritaria attività di interesse generale, orientate al bene comune e allineate all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite in ambito sociale, sanitario, educativo, culturale, ambientale e di lotta alla corruzione e alla criminalità organizzata.

In generale, Fundraiserperpassione ha un impatto nella diffusione della cultura del dono, nel rafforzamento del capitale sociale caratterizzato da elementi quali la fiducia, la coesione nelle comunità e il senso civico, nella sensibilizzazione verso problematiche sociali, anche comunicando e aderendo alle cause dei propri clienti.

Contribuisce a rendere forte l'economia incentivando il movimento di risorse economiche inutilizzate e immobilizzate a beneficio del bene comune.

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 6,787 miliardi di Euro come valore economico totale delle donazioni individuali, stimato a partire dalle dichiarazioni dei redditi 2021, con una crescita del 19% rispetto ai 5,683 di euro dell'anno prima e che il 55% degli italiani ha affermato di aver effettuato donazioni nel 2022, rispetto al 35% del 2021 e al 21% del 2020.

## E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

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 sostiene ASSIF, Associazione Italiana Fundraiser e di anno in anno supporta eventi o iniziative volte a promuovere la crescita del settore.

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 2022 è stata realizzata la prima edizione di Eudaimonia, la scuola di mestiere pensata per formare i fundraiser. 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 9 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. La nostra scuola si è configurata come una scuola di mestiere, riservata a professionisti già inseriti nel Terzo settore e già formati sulle tecniche di base del fundraising. Per questo motivo l'accettazione degli studenti era subordinata all'analisi del profilo e delle motivazioni dei candidati in modo da rispettare i prerequisiti e creare una classe omogenea di studenti.

Il numero dei partecipanti alla prima edizione di Eudaimonia, scuola di mestiere per i fundraiser, potrebbe sembrare a prima vista minimo, ma in realtà nel panorama della formazione specifica del fundraising, è da ritenersi un successo.

Sicuramente lanciare nel panorama della formazione un nuovo soggetto con un nuovo marchio è impresa ardua, non si tratta infatti di una istituzione preposta in modo principale alla formazione, Fundraiserperpassione è conosciuta e riconosciuta nel panorama italiano come società di consulenza, non come ente formativo.

Si tratta comunque di un settore dai numeri molto contenuti, ad esempio, il principale Bologna universitario (Alma Mater – Bologna ) ha mediamente 35/40 iscritti ed è alla sua ventesima edizione; il Master in religious Fundraising della Pontificia Università Antonianum e Istituto Avventista giunto alla 5ª edizione conta una decina di iscritti. Il Master in promozione del dono dell'università Insubria di Como conta lo stesso una decina di iscritti ed è alla quarta edizione.

# E1 SENSO E IMPATTO DEI PRODOTTI E SERVIZI SULLA SOCIETÀ

Vi sono poi 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 regolamentate. 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, una partecipazione alla prima edizione di 9 persone 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!'*

*'Non ci troviamo di fronte ad un corso "classico" ma, come avete detto, siamo invitati a frequentare una "scuola di mestiere".'*

*'È stato un bellissimo percorso di scambio e una presa di consapevolezza importante per avviare il mio percorso di cambiamento.'*

*'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 nè i suoi clienti offrono servizi non etici.

## VERSO IL BENE COMUNE

Nel corso del 2023 ci impegniamo a definire e concludere la revisione dei prodotti, condividerli con il team e testarli nel mercato per capire se rispondono a delle effettive esigenze delle organizzazioni.

Stiamo inoltre progettando la prossima edizione di Eudaimonia che si terrà nel 2024, auspicando che possa aumentare il numero dei fundraiser partecipanti rispetto alla prima edizione.

Nel corso del 2023 prepareremo un questionario da sottoporre ai clienti per misurare il cambiamento generato dalla nostra attività di consulenza e il loro grado di soddisfazione a riguardo.

### 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 paga regolarmente imposte e oneri sociali. Nel 2022 ha ricevuto sovvenzioni per 2.674 € per il Covid e nessun altro finanziamento pubblico.

### CONTRIBUTI VOLONTARI A FAVORE DELLA COLLETTIVITÀ

Molte attività di Fundraiserperpassione 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 sostiene 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 2022 abbiamo attivato 6 progetti di consulenza pro bono, due dei quali riguardavano il sostegno a dei movimenti politici.

Oltre a ciò abbiamo definito la policy per le consulenze pro bono, condivisa con tutto il team.

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

Nel 2022 abbiamo organizzato 5 webinar e abbiamo partecipato a 7 webinar ai quali siamo stati invitati da partner, colleghi o amici.

### Fondo aziendale e Bando "Dono e Dintorni"

Fundraiserperpassione ha costituito (nel 2019) un fondo aziendale presso una Fondazione di Comunità, Fondazione Italia per il Dono, tramite il quale promuove ogni anno un Bando chiamato 'Dono e Dintorni', giunto alla sua quarta edizione, allo scopo di incentivare la cultura del dono e contribuire allo sviluppo della professione del fundraiser e promotore del dono.

Tale Bando premia ogni anno due progetti in due ambiti differenti (sviluppo della professione e personal fundraiser). Questi progetti vengono poi monitorati e valutati in fase di realizzazione e di rendicontazione, la quale viene poi resa pubblica.

Nel 2022 sono stati accantonati 1.000 € e ne sono stati erogati, attraverso il bando, altri 2.000 €.

Fatturato 2022: 265.015 €

Imposte sul reddito 2022:  
690 €

Retribuzioni collaboratori  
2022: 39.900 €

Contributi previdenziali e  
imposte sulle retribuzioni  
dei collaboratori 2022: 6.384  
€

Sovvenzioni 2022: 2.674  
(sovvenzioni covid)

Imposta sul reddito /  
fatturato \*100: 0,24%

Imposte sulle retribuzioni /  
retribuzioni \*100: 16%

Valore dell'attività di dono  
sul fatturato: 11%

## E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

Nel 2022 il progetto premiato nell'ambito dello sviluppo della professione è stato quello di Greta Orsenigo, la quale ha potuto partecipare grazie al finanziamento ricevuto ad un corso di alta formazione sul tema dell'Economia Civile, necessario per affrontare con maggior consapevolezza la professione di fundraiser. Per quanto riguarda l'ambito del Personal Fundraising è stato premiato il progetto di Giorgio Aderenti, un giovane papà che ha raccolto oltre 22 mila euro a sostegno di Fast Italia per la ricerca scientifica. I progetti premiati possono essere consultati e approfonditi qui: <https://www.fundraiserperpassione.it/bandi/bando-2022/>.

### Nel 2022 abbiamo sponsorizzato:

- ASSIF – Associazione Italiana Fundraiser
- Open Terzo Settore – ricerca sui giovani impiegati nel Terzo Settore
- Non Profit Women Camp

### Donazioni

Nel 2022 abbiamo donato per sostenere le seguenti iniziative:

- iniziative di alcuni nostri clienti in occasione di raccolte fondi
- Fondazione Italia per il Dono – donazioni per sostenere il fondo aziendale
- Federazione per l'Economia del Bene Comune in Italia - Un'Associazione di Promozione Sociale che si occupa della promozione del modello socio-economico dell'Economia del Bene Comune e il relativo movimento internazionale a livello locale.

TIPOLOGIA DI RISORSA	AZIONE	UNITA' DI MISURA	DATO 2022	EQUIVALENTE IN €
Tempo e competenza	Progetti di consulenza pro bono	72 ore	5 progetti di consulenza pro bono	6480
Tempo e denaro	Pro bono Donor hero	Euro	3130	3130
Tempo e competenza	Conferenze, webinar, speech organizzati da FPP o da altri	12 ore		1080
Denaro e Rete	Erogazione Bando Dono e Dintorni	Euro	2.000	2.000
Denaro e Rete	Donazione ASSIF	Euro	1.500	1.500
Denaro e Rete	Donazione Open Terzo Settore	Euro	1.500	1.500
Tempo e denaro	Libretto rosso	Euro	3.500	3.550
Denaro e rete	Non Profit Women Camp	Euro	500	500
Tempo e denaro	Pro bono campagna Fundraising per le elezioni Amministrative di Verona	Ore	3.000	15.000
			<b>TOTALE</b>	<b>34.740</b>

# E2 CONTRIBUTO DELL'ORGANIZZAZIONE ALLA COLLETTIVITÀ

## EVASIONE ED ELUSIONE FISCALE

Fundraiserperpassione non accetta denaro in nero, emette sempre fattura e tutti i pagamenti avvengono via bonifico 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.

Fundraiserperpassione non è parte di un gruppo internazionale e non ha succursali estere.

## MANCATA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE

In quanto soci ASSIF abbiamo firmato un codice etico che ci impedisce di essere pagati dai clienti con una percentuale delle somme raccolte attraverso le azioni di fundraising. Attiviamo le organizzazioni nella raccolta fondi, ma non tratteniamo una parte del dono in quanto non è etico e coerente con i nostri valori

Nel 2022 abbiamo donato il lavoro di una nostra collaboratrice per lo sviluppo della campagna di fundraising per sostenere un candidato politico alle elezioni amministrative del Comune di Verona.

In caso di donazioni superiori a 10-12 mila euro, suggeriamo sempre ai nostri clienti di accettarli tramite atto notarile e accettazione della donazione, come forma di tutela da 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	10/9
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 ha la sua sede operativa presso alcuni locali in affitto in un ufficio in condivisione con altri professionisti.

Il contratto per luce e gas è gestito dalla proprietà. 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 raffrescamento in estate si utilizza la pompa di calore recentemente installata.

Nel 2022 è stato sostituito il condizionatore con pompa di calore per ridurre impatto.

Nell'ufficio viene praticata la raccolta differenziata. Si raccolgono separatamente anche i tappi di sughero e quelli di plastica. I primi vengono donati alla scuola primaria di Caldogno, la quale li vende ad un artigiano che li riutilizza per produrre oggetti. 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.

### IMPATTI AMBIENTALI RELATIVI

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

Il rapporto tra emissioni prodotte e fatturato ci potrebbe aiutare a monitorare il nostro miglioramento nella riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> negli anni a venire.

Emissioni CO<sub>2</sub> / Fatturato 2022: 5,8 x10<sup>-5</sup> tonnellate di CO<sub>2</sub> per € fatturato.

Sulla base dei progetti messi in cantiere per compensare l'impatto ambientale generato, esso si traduce nella piantumazione di 208 alberi, secondo la stima preparata dall'azienda Treadom.

## VERSO IL BENE COMUNE

Al momento non sono previsti obiettivi di miglioramento.

Emissioni di CO<sub>2</sub> (trasporti, elettricità e gas)  
15,4 Ton

Trasporti  
(si veda Tema C3)

Consumo di corrente  
442 Kwh (equivalente a 0,15 Ton CO<sub>2</sub>)\*\*

Consumo di gas  
290 m3 (equivalente a 0,57 Ton CO<sub>2</sub>\*\*\*)

Consumo di carta:  
40 Kg

\*\*Le emissioni di CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> 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.

### VALUTAZIONE AUTO/PEER

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

# E4 TRASPARENZA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

## L'IMPEGNO PER IL BENE COMUNE

### TRASPARENZA

A partire dal 2019 abbiamo prodotto un report annuale 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 mass 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 possono dialogare con noi in vari modi:

- possono rispondere alle Newsletter che ricevono tramite Mailchimp
- possono commentare, interagire e contattarci tramite i canali social (Facebook e LinkedIn)
- Sul sito vi è un form dedicato alla richiesta di informazioni che riceviamo alla email [info@fundraiserperpassione.it](mailto:info@fundraiserperpassione.it) e dalla quale rispondiamo
- durante i webinar che organizziamo, le persone hanno la possibilità di interagire, chiedere informazioni o chiarimenti
- Collaboriamo con ASSIF, Associazione Italiana Fundraiser, con la quale il dialogo è costante e rende quindi possibile ai fundraiser italiani il contatto e il confronto con Fundraiserperpassione nei vari tavoli o eventi organizzati
- Facciamo parte di un tavolo per la diffusione della cultura del dono Con Fondazione Rete del Dono con la quale abbiamo creato e sviluppato il progetto «Donor Hero», un percorso per portare il Dono all'interno dell'ultimo biennio delle scuole elementari e la prima media inferiore. Il percorso, scaricabile dal relativo sito e completamente gratuito, è il frutto della collaborazione con alcune maestre delle scuole elementari;
- Facciamo parte del comitato scientifico del Master universitario per i promotori del dono dell'Università Insubria sede di Como;

## 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

- dal nostro sito web le persone possono richiedere e scaricare del materiale gratuito (free kit e Libretti rossi) 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 2022 abbiamo inviato una survey a tutto il nostro database per verificare l'adeguatezza e l'interesse verso i contenuti comunicati e la frequenza preferita di ricezione delle nostre comunicazioni

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 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	3/5
E4.2 Coinvolgimento del contesto sociale	6/3
E3.3 Mancanza di trasparenza e informazioni deliberatamente errate (NEG)	0/0

# MATRICE DEL BENE COMUNE PEER ASSESSMENT

**PUNTEGGIO  
467/1000**

## Group evaluation MATRICE 5.0 (Valutazione in gruppo peer)

Organizzazione: Fundraiserperpassione Srl SB - [www.fundraiserperpassione.it](http://www.fundraiserperpassione.it)

Altri partecipanti: Monteverde Cooperativa Sociale di Solidarietà - onlus, Indaco Team, STL Srl Società Benefit

Facilitatori: dott.ssa Stella Catto per Monteverde Cooperativa Sociale di Solidarietà - onlus e Fundraiserperpassione Srl SB - dott.ssa Maria Fabiana Laruccia per Indaco Team e STL Srl SB

**L'ECONOMIA  
DEL BENE COMUNE**  
Un modello economico che ha futuro

Il presente documento attesta il risultato e l'avvenuta valutazione reciproca tra un gruppo di organizzazioni, partendo da un'auto-valutazione. Ai fini di questa attestazione non vengono richiesti documenti probanti: le organizzazioni partecipanti alla valutazione di gruppo hanno validato reciprocamente i risultati delle autovalutazioni di ciascuna organizzazione, in un processo di raffronto delle proprie politiche e azioni orientate al Bene Comune. Il facilitatore fa da garante per una valutazione coerente. Si precisa che i risultati della valutazione tra pari possono differire da quelli risultanti da un audit esterno.

Per ulteriori informazioni sulla matrice, sui temi ed aspetti e sul sistema audit si consulti: [www.febc.eu](http://www.febc.eu) o [www.economia-del-bene-comune.it](http://www.economia-del-bene-comune.it)

**Punteggio complessivo group evaluation:  
(467/1000) -> 47%**

**Attestato valido fino al: 01/06/2025**

Valore Portatore d'interesse	Dignità umana	Solidarietà & giustizia	Sostenibilità ecologica	Trasparenza & condivisione delle decisioni	Punteggio complessivo per PORTATORE DI INTERESSE
<b>A) Fornitori</b>	A1 La dignità umana lungo la filiera (Punteggio 6/59) -> 10%	A2 Solidarietà e giustizia nella filiera (Punteggio 18/59) -> 30%	A3 Sostenibilità ecologica nella filiera (Punteggio 12/59) -> 20%	A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la filiera (Punteggio 9/29) -> 30%	Punteggio (44/206) -> 21%
<b>B) Proprietari &amp; partner finanziari</b>	B1 Atteggiamento etico nell'impiego del denaro (Punteggio 19/29) -> 63%	B2 Atteggiamento sociale nell'impiego del denaro (Punteggio 59/59) -> 100%	B3 Investimenti socio-ecologici e impiego del denaro (Punteggio 13/29) -> 45%	B4 Proprietà e condivisione delle decisioni (Punteggio 3/29) -> 10%	Punteggio (94/147) -> 64%
<b>C) Collaboratori</b>	C1 La dignità umana sul posto di lavoro (Punteggio 31/59) -> 53%	C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro (Punteggio 43/59) -> 73%	C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori (Punteggio 3/29) -> 10%	C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda (Punteggio 12/29) -> 40%	Punteggio (89/176) -> 51%
<b>D) Clienti &amp; concorrenti</b>	D1 Relazioni etiche con la clientela (Punteggio 41/59) -> 70%	D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti (Punteggio 38/59) -> 65%	D3 Impatto ecologico dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi (Punteggio 15/59) -> 25%	D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti (Punteggio 49/88) -> 55%	Punteggio (143/265) -> 54%
<b>E) Contesto sociale</b>	E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società (Punteggio 50/59) -> 85%	E2 Contributo per la collettività (Punteggio 26/59) -> 45%	E3 Riduzione dell'impatto ecologico (Punteggio 9/59) -> 15%	E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni (Punteggio 12/29) -> 40%	Punteggio (97/206) -> 47%
<b>Punteggio complessivo per VALORE</b>	Punteggio (147/265) -> 56%	Punteggio (184/294) -> 63%	Punteggio (52/235) -> 22%	Punteggio (84/206) -> 41%	

Federazione per l'Economia del Bene Comune in Italia

Il Presidente pro tempore: dott.ssa Lidia Di Vece



Facilitatore: dott.ssa Stella Catto



[Mod. Rev. 16.06.2022]

*Se volete condividere feedback, fare domande e farci sapere cosa pensate del nostro Bilancio del Bene Comune 2022, non esitate a contattarci scrivendo a:*

[info@fundraiserperpassione.it](mailto:info@fundraiserperpassione.it)

**GRAZIE!**