ConfiniOnline

LE REGOLE DEL NON PROFIT

FORMAZIONE

I servizi formativi di ConfiniOnline

ConfiniOnline: un'impresa al servizio del Non Profit

La *mission* e lo stile organizzativo

ConfiniOnline è un'organizzazione che, dal 2003, promuove attività di formazione e servizi di consulenza con l'obiettivo di diffondere all'interno del mondo *Non Profit* le conoscenze e le competenze manageriali e organizzative utili a sostenerne i processi di costituzione e di sviluppo.

L'azione di ConfiniOnline è guidata dagli ideali della propria *mission*, che lasciano intravedere "una società in cui il settore Non Profit, lo Stato e la *business community* siano in equilibrio e al servizio della crescita collettiva e delle comunità".

ConfiniOnline s'impegna a dare visibilità, entro gli spazi informativi del proprio portale *online*, a offrire formazione, in occasione degli appuntamenti formativi, e a prestare accompagnamento organizzativo e consulenza agli enti *Non Profit* e a istituzioni eterogenee, pubbliche oppure private, che offrano un significativo apporto all'affermazione sociale ed economica del settore Non Profit.

ConfiniOnline promuove il ruolo dell'imprenditoria sociale come soluzione organizzativa capace di replicare all'evidente ridimensionamento, a livello italiano ma non solo, dell'intervento pubblico nel campo della promozione sociale ed economica dei territori; ConfiniOnline riconosce l'intervento, in campo economico, della cittadinanza attiva e delle forme in cui essa spontaneamente si organizza; "interventismo" che, da una parte, genera vivacità imprenditoriale mentre, dall'altra, solleva grandi interrogativi intorno a quali possano essere le strutture organizzative e decisionali, le dimensioni relazionali inter-organizzative e i livelli di sostenibilità sociale ed economica di un nuovo sistema di *welfare* comunitario efficiente ma soprattutto efficace.

Nella consapevolezza che lo sviluppo del settore *Non Profit*, in Italia e nell'Europa continentale, passi attraverso l'incontro e un sempre più armonico confronto tra diversi modelli organizzativi, *profit* e *Non Profit*, e tra diversi mercati, pubblico e privato, ConfiniOnline mira a offrire una gamma di servizi includenti delle più diverse realtà organizzative e dei vari paradigmi imprenditoriali esistenti, purché concorrano allo sviluppo e all'affermazione decisa di un sistema economico e sociale a misura d'uomo.

Fabio Bazzanella, ConfiniOnline

Lo *staff* di ConfiniOnline

ConfiniOnline dispone di un consolidato *staff* di formatori, composto da persone con qualificate esperienze a carattere formativo, consulenziale ed editoriale nell'ambito del settore Non Profit.

Alessandro Duranti

Fondatore e amministratore di ConfiniOnline con una pluriennale esperienza manageriale, si occupa dello sviluppo strategico del progetto di "ConfiniOnline", coordina le attività di consulenti, formatori e collaboratori e cura le relazioni o partnership con enti, istituzioni, aziende ed organizzazioni Non Profit di primo piano a livello nazionale.

Luciano Zanin

Direttore scientifico di ConfiniOnline e fundraiser con un'esperienza decennale maturata sul campo come dirigente di organizzazioni Non Profit. Si occupa di consulenza strategica in materia di fundraising, people raising e marketing per gli enti Non Profit.

Natalia Paci

Docente di diritto del lavoro nel Non Profit e autrice di numerose pubblicazioni, saggi e articoli su autorevoli riviste di materia giuslavorista, si occupa di principi organizzativi del settore Non Profit, di responsabilità sociale e lavoro etico.

Davide Moro

Esperto di fundraising online e creatore, nel 2010, del blog "FundraisingMix". Si occupa di Digital Media e Direct Email Marketing e di tutte le attività inerenti alla raccolta fondi online.

Morena Saltini

Consulente fiscale, revisore etico, si occupa di organizzazione e gestione delle organizzazioni Non Profit, ponendo particolare attenzione ai temi relativi all'uguaglianza di genere.

Paolo Duranti

Esperto in materia fiscale, formatore e consulente con grande esperienza nel settore Non Profit, è autore di numerose pubblicazioni in materia fiscale e collabora con editori quali il "Sole24Ore", "Egea-Bocconi", "Edizioni Simone", "Finanze&Lavoro", "Spirali" e "Cesi-Multimedia".

Guya Raco

Specializzata in economia e gestione dei beni artistici e culturali. Svolge attività di consulenza strategica in materia di fundraising e marketing per le organizzazioni Non Profit.

Theofanis Vervelacis

Consulente e formatore, si occupa di progettazione e realizzazione di interventi di consulenza, formazione e orientamento in tema di sviluppo organizzativo, gestione strategica e valutazione della qualità dei servizi. Vanta un'esperienza più che decennale maturata nel campo dei servizi pubblici e del privato sociale.

Tiziano Blasi

Operatore umanitario esperto nella gestione di interventi europei in Medio Oriente e nei Balcani e nel campo della progettazione e della ricerca di finanziamenti pubblici e privati, EU, MAE, Enti Locali, Fondazioni, destinati alle organizzazioni Non Profit.

Tiziana Minella

Economista e consulente in materia di protezione dei dati personali per aziende, enti pubblici, organizzazioni Non Profit e studi professionali; è docente presso l'Università di Bologna e autrice di pubblicazioni scientifiche sul tema della privacy.

Guido Giovannardi

Consulente finanziario indipendente, opera in favore sia di aziende profit sia di organizzazioni Non Profit nel campo delle relazioni bancarie e finanziarie. Autore di pubblicazioni in materia finanziaria, è amministratore di cooperative sociali e di organizzazioni Non Profit.

Gianni Solfrini

Consulente di Carriera ed esperto in Orientamento Professionale e ideatore di "Nonprofit Lavoro". Professore a contratto presso la Facoltà di Economia di Forlì, si occupa di ricerca attiva del lavoro e di orientamento professionale.

Marianna Martinoni

Docente presso la Fund Raising School dell'Università di Bologna, svolge attività di consulenza sul fundraising culturale e nel settore della comunicazione e del fundraising per le organizzazioni Non Profit.

Natascia Astolfi

Membro del Consiglio Direttivo di ASSIF - Associazione Italiana Fundraiser, è impegnata nell'ambito della consulenza sul fundraising, ha competenze specifiche nello start up del fundraising per piccole e medie organizzazioni, oltre che nella gestione di campagne integrate.

Stefano Malfatti

Consulente sul fundraising con un'esperienza ventennale nell'ambito del management del Non Profit; è membro di ASSIF - Associazione Italiana Fundraiser e di AFP - Association Fundraising Professionals USA.

Lorenzo Biagi

Docente di antropologia filosofica presso lo IUSVE di Venezia, svolge attività di consulenza nel settore della cooperazione sociale e del volontariato. Il suo campo di ricerca è l'antropologia e l'etica della cooperazione.

Enrico Capuano

Economista, con competenze di statistico, specializzato nella gestione delle aziende Non Profit con una decennale esperienza nella conduzione amministrativa e strategica di organizzazioni Non Profit.

Antonio Cuonzo

Esperto di diritto tributario, si occupa di tematiche fiscali svolgendo attività di consulenza per le principali strutture Non Profit italiane.

Francesco Santini

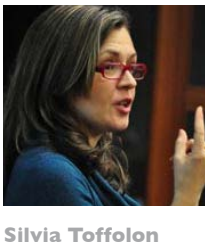
Formatore in comunicazione *online* per il *fundraising*, coautore nell'ambito di diverse pubblicazioni sul *fundraising* e autore di numerosi articoli per la rivista "Terzo Settore - Il Sole 24 Ore".

Marina Fracasso

Psicologa specializzata in psicoterapia individuale e di gruppo, con competenze intorno ai temi della genitorialità in contesti problematici, svolge attività di formazione, di consulenza e supervisione presso strutture di formazione e tavoli inter-istituzionali.

Alessandra Brambilla

Psicopedagogista specializzata sui temi dell'immigrazione, dell'intercultura, dell'inclusione, del disagio, svolge attività di formazione, di consulenza pedagogica, di coordinamento, progettazione e gestione delle risorse umane presso strutture educativo-formative.



Silvia Toffolon

Formatrice esperta di *coaching* e di tematiche sulla *leadership*, le neuroscienze e la meditazione; si occupa soprattutto di comunicazione organizzativa e di gestione e valorizzazione del personale.

Simona Biancu

Dopo una lunga esperienza nel settore delle risorse umane e delle relazioni esterne, si avvicina al mondo del fundraising. Specializzata alla Scuola di Fundraising dell'Università di Bologna, opera come consulente e formatrice per organizzazioni Non Profit e aziende, italiane e straniere.

I servizi di formazione

ConfiniOnline svolge attività di formazione in favore delle organizzazioni Non Profit e promuove numerose iniziative alternando con successo seminari, attività formative residenziali e incontri formativi presso la sede degli enti beneficiari.

La formazione, ampia nei contenuti, viene erogata attraverso lezioni frontali e la messa a disposizione di bibliografie e dispense da parte di una nutrita schiera di formatori e consulenti preparati e professionali.

Le attività formative sono dedicate alle realtà organizzative e alle figure professionali che operano nel mondo del Non Profit, nonché a tutti coloro i quali desiderano formarsi, aggiornarsi o professionalizzarsi nell'ambito del settore Non Profit.

Le proposte formative di ConfiniOnline spiccano: :

- per dimensioni dello sforzo organizzativo, che ha permesso di attirare, nel corso del programma formativo 2011-2012, 296 realtà istituzionali;

- per originalità del servizio offerto; ConfiniOnline sviluppa un progetto formativo completo e a costi contenuti grazie a *partnership* strette con organizzazioni che operano in sintonia con gli enti Non Profit cui si rivolge;

- per mole di lavoro impiegato e profuso dai responsabili del progetto, instancabilmente attivi nel creare e curare relazioni inter-organizzative attraverso un'inesauribile campagna comunicativa.

L'offerta formativa di ConfiniOnline

ConfiniOnline presenta una serie di servizi formativi che affrontano un'interessante varietà di tematiche organizzative, individuate a partire da un'attenta analisi dei bisogni espressi dagli enti partecipanti alle diverse iniziative di formazione promosse.

Le diverse proposte formative, organizzate in moduli, affrontano i temi più attuali relativi alla promozione, alla gestione e allo sviluppo strategico degli organismi del settore Non Profit.

I singoli moduli formativi sono raggruppati entro sei macro-aree tematiche:

- Bandi e Finanziamenti
- *Fundraising* e *People Raising*
- Amministrazione e Gestione
- *Governance*
- Comunicazione e *Marketing*
- Gestione del Personale

Bandi e Finanziamenti

L'ACCESSO AI FONDI EUROPEI

I processi di globalizzazione e ancor di più la crisi internazionale hanno mostrato che basarsi solo sui finanziamenti nazionali è diventato un modello insostenibile per le organizzazioni del Terzo Settore. Molti hanno quindi iniziato a guardare a Bruxelles, ma la complessità e la distanza dell'enorme macchina europea respinge anche le associazioni più dinamiche. Per tale ragione il corso intende fornire un quadro di riferimento che semplifichi e faciliti l'accesso all'Unione Europea per le organizzazioni del Terzo Settore. Il percorso vuole fornire le informazioni specifiche e gli strumenti operativi per muovere i primi passi ed orientarsi nell'ambito dei programmi dell'Unione dedicati al Non Profit: cooperazione allo sviluppo, cultura, giustizia, educazione, ambiente, salute, sociale, diritti umani, sport, mobilità giovanile, cittadinanza.

PREPARAZIONE E GESTIONE DI UN PROGETTO EUROPEO

Molte organizzazioni non riescono a trovare supporto per le loro attività nonostante una forte presenza sul territorio, capacità ed affidabilità. I finanziatori ed in particolare l'Unione Europea richiedono infatti il rispetto di precise priorità tematiche e di complesse tecniche di elaborazione e gestione degli interventi. Il corso vuole rispondere alle difficoltà che le organizzazioni Non Profit affrontano nella scrittura e gestione di progetti e, nel particolare, di interventi complessi come quelli finanziati dall'Unione Europea. Si ripercorrerà quindi l'esperienza di un progetto di cooperazione allo sviluppo preparato, finanziato e gestito all'interno di un programma dell'Unione Europea.

Fundraising e *People Raising*

RACCOGLIERE FONDI ATTRAVERSO LASCITI TESTAMENTARI

Attualmente per ogni organizzazione Non Profit, indipendentemente dalla notorietà e dalle dimensioni, è diventato imprescindibile poter contare su fondi che assicurino una stabilità di lungo periodo. I lasciti testamentari, a differenza di altre modalità di donazione, garantiscono fondi consistenti e pianificabili nell'arco di più anni. In Italia, negli ultimi due anni, tale forma di raccolta fondi sta iniziando a diffondersi con notevole successo tra le organizzazioni Non Profit, anche perché il pubblico italiano ed i donatori mostrano sempre maggiore interesse per questa modalità di sostegno. Il corso vuole fornire gli elementi essenziali per impostare una campagna di raccolta fondi attraverso lasciti testamentari.

COMMUNITY FUNDRAISING. LABORATORIO PRATICO

Il *fundraising* di comunità è principalmente una strategia di coinvolgimento del proprio capitale relazionale all'interno del proprio territorio, della comunità di appartenenza. La sua efficacia poggia su una dinamica relazionale che implica non solo l'applicazione di tecniche e strumenti specifici di *fundraising*, quanto invece la condivisione della propria missione e della buona causa. Oggi sempre più non si dona perché si è ricchi, ma perché si condivide una missione, dei valori. Il donatore "di comunità" non è un soggetto passivo

all'interno di un processo in cui eroga risorse ad una organizzazione; il donatore è colui che condividendo in prima persona missione e buona causa, ne diventa ambasciatore e promotore attraverso la propria mappa relazionale. Affinché questo avvenga è però necessario che al centro della relazione tra donatore e organizzazione ci sia fiducia. E' probabilmente per questa ragione che le raccolte fondi più efficaci sono quelle attivate all'interno di reti e di comunità (anche virtuali); perché all'interno delle reti la causa e gli obiettivi si trasmettono di relazione in relazione, di persona in persona, di *clic* in *clic*, attraverso legami di fiducia.

IL FUNDRAISING IN AMBITO CULTURALE. STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ PER LE ONP DEL SETTORE

Il corso è pensato per offrire un approccio professionale al *fundraising* alle organizzazioni Non Profit che operano nel settore delle arti e della cultura e che, a seguito della progressiva diminuzione delle tradizionali fonti di finanziamento pubblico, sentono l'esigenza di approfondire la conoscenza di tecniche e modalità di coinvolgimento di nuove categorie di possibili sostenitori. Accanto a una riflessione sull'andamento delle risorse economiche a disposizione del settore culturale, il corso propone un'analisi su quelle che sono le pre-condizioni per poter fare *fundriasing* in questo settore, dalla comunicazione con il pubblico, all'organizzazione delle risorse umane, all'adozione di strumenti di rendicontazione sull'utilizzo delle risorse, fin alla misurazione delle ricadute sociali ancorché culturali dei progetti che nascono nel settore delle arti.

START UP DI UN UFFICIO DI FUNDRAISING

Iniziare un'attività di *fundraising* all'interno di un'organizzazione Non Profit non vuol solo dire implementare una serie di azioni finalizzate al raggiungimento di un traguardo economico. Parlare di *fundraising*, in primo luogo, significa curare le relazioni con i propri donatori e con la propria comunità di riferimento, al fine di accrescere il proprio patrimonio relazionale e la propria reputazione. Per questi motivi, è necessario che l'organizzazione si strutturi per accogliere e legittimare al proprio interno questa nuova funzione, integrandola con il *management* dell'organizzazione.

QUANDO S'INCONTRA IL DONATORE: DAL COLLOQUIO AL FACE TO FACE

Tutti concordano sul fatto che il colloquio sia lo strumento più efficace per fare *fundraising*, quello che permette di conoscere di più, e meglio, il donatore comprendendone appieno il desiderio e i motivi che lo portano a sostenere una buona causa. Il colloquio però è solo una parte del processo che porta il *fundraiser*, professionista o volontario che sia, all'utilizzo di questa modalità per cercare (e trovare) fondi per la propria buona causa o progetto. Quanti tipi di colloquio ci sono? Quali sono le fasi che precedono il momento dell'incontro, come si svolge l'incontro e quali sono i momenti successivi e come vanno curati? Il corso intende dare risposta a queste e ad altre domande attraverso lo studio delle diversità degli interlocutori possibili per una raccolta fondi costruita sul dialogo; dall'incontro con l'imprenditore a quello con un grande donatore, dal dialogo con un donatore di tempo a quello con un potenziale donatore che passa per il "banchetto". Individuare i potenziali donatori, prepararsi al colloquio, curare quei pochi momenti di relazione per farne una esperienza positiva per il donatore, fidelizzarlo, mantenendo sempre l'equilibrio tra tecnica degli strumenti e scopo e senso dell'attività di *fundraising*, questo è quanto si propone il corso, attraverso l'illustrazione di pratiche, ma soprattutto attraverso l'analisi e la condivisione di esperienze "sul campo".

IL FUNDRAISING NEL TERRITORIO PER LE PICCOLE E MEDIE ORGANIZZAZIONI

Il corso prepara figure professionali capaci di pianificare ed organizzare attività di *fundraising* per le imprese sociali. Il corso è strutturato attraverso un itinerario fortemente interattivo ed è in grado di trasmettere le conoscenze di base ed avanzate per individuare e realizzare le principali attività di *fundraising* con particolare riferimento al settore privato (donazioni e altri contributi individuali; *corporate fundraising*, contributi di fondazioni bancarie, di comunità, di impresa, ecc.). Il partecipante è coinvolto in simulazioni pratiche tese ad elaborare e pianificare una o più attività di *fundraising* per la propria organizzazione reale oppure ideale. L'obiettivo del corso è di fornire al partecipante gli strumenti necessari per permettergli di attivare, autonomamente, le prime attività concrete di raccolta fondi e di mettersi alla prova mediante forme di collaborazione professionale o volontaria con organizzazioni Non Profit.

TECNICHE DI PEOPLE RAISING

Sono molte le funzioni che i volontari possono svolgere per la raccolta di fondi e per lo sviluppo della *mission* dell'organizzazione: dalla gestione di operazioni tecniche, alla sensibilizzazione della comunità locale, all'incremento del capitale relazionale della organizzazione, alla costituzione di gruppi di appoggio che facciano della raccolta fondi il loro principale obiettivo di azione. Per fare ciò in modo efficace occorre adottare un approccio strategico per l'accoglienza dei volontari, avendo chiare quali funzioni essi possano svolgere e secondo quali modalità organizzative. E' molto importante, inoltre, riuscire a gestire il rapporto con i volontari in modo tale che essi restino nella organizzazione trovandovi soddisfazione per le personali aspettative sociali e professionali. I metodi e gli strumenti per fare ciò sono al centro del corso che viene svolto in modalità breve e intensiva, con lo scopo specifico di favorire nei partecipanti l'individuazione di un primo programma di *people raising* per la raccolta fondi.

CORPORATE FUNDRAISING

Sono sempre più diffuse le occasioni di *partnership* aziendali per le organizzazioni Non Profit e, conseguentemente, sempre più professionalizzati i ruoli del *corporate fundraiser*. Gli aspetti tributari di simili operazioni giocano un ruolo fondamentale alla luce della estrema attenzione posta sul tema dall'amministrazione finanziaria. Il corso si propone di esaminare le più diffuse tecniche adottate nelle *partnership* aziendali e di esaminare la fattibilità delle stesse da un punto di vista tributario.

MARKETING PER IL FUNDRAISING

L'obiettivo è fornire ai partecipanti uno strumento strategico e al tempo stesso concreto ed operativo per implementare all'interno delle rispettive organizzazioni attività di *marketing* e di sviluppo dell'operatività, inoltre offrire spunti per migliorarne la comunicazione interna ed esterna in modo da rafforzarne e consolidarne la riconoscibilità sul territorio in cui operano. Il percorso è strutturato per fornire una visione globale circa le attività necessarie al fine di realizzare una coerente strategia di *marketing*, attraverso uno schema di lavoro utile a guidare quel complesso processo di analisi, progettazione, attuazione e valutazione che è il presupposto di un'attività di reperimento fondi di successo.

INTERNET PER IL NON PROFIT. COME COMUNICARE MEGLIO CON I DONATORI

In un periodo di budget ridotti e difficoltà economiche perduranti, gli enti Non Profit devono rivedere le proprie strategie di comunicazione. Internet con i social network, la tecnologia mobile sempre più all'avanguardia grazie agli smartphone e i tablet sono realtà in continuo

divenire che cambiano ad una velocità superiore ai tempi di pianificazione delle aziende Non Profit. Il corso presuppone una conoscenza base di internet e delle strategie attuate dalla propria azienda. Vengono presi in esame casi pratici ed attuali per comprendere al meglio i punti di forza e debolezza dei vari strumenti (sito, blog, newsletter, social network, mobile) e per rapportarli ai loro costi (di tempo ed economici) e al loro potenziale comunicativo in funzione anche delle esigenze delle singole organizzazioni Non Profit.

SPONSORIZZAZIONI E PARTNERSHIP

Si fa presto a dire *corporate fundraising*, ma come si costruisce e si sviluppa il rapporto con una impresa disponibile a sostenere ed a investire nella *mission* di una organizzazione Non Profit? L'obiettivo di questo corso è questo: analizzare, sviluppare e comprendere come si possano costruire relazioni di *partnership* durature tra imprese Non Profit e aziende *for profit*. Sempre meno la sponsorizzazione sembra essere il terreno di incontro tra realtà che operano in settori diversi. Lo sviluppo della cultura e delle attività inerenti alla sfera della responsabilità sociale di impresa, la diffusione sempre più ampia di strumenti di rendicontazione e trasparenza quali il bilancio sociale, il bilancio di sostenibilità, il bilancio di missione e la sempre maggiore propensione delle aziende a costituire fondazioni di impresa, sono segnali dell'attenzione che il mondo *profit* sta riservando alle azioni sociali, culturali, umanitarie e di sostenibilità ambientale. Si forniranno ai partecipanti alcuni strumenti per intraprendere relazioni di collaborazione, progettazione e *partnership* con il mondo imprenditoriale utili nel promuovere una nuova cultura e un nuovo approccio al mercato del *corporale fundraising*.

CINQUE PER MILLE

Il cinque per mille è uno strumento da cui anche le piccole e medie organizzazioni oppure quelle meno conosciute dal largo pubblico possono trarre beneficio operando in modo strategico sui differenti fattori che possono determinarne un successo. Spesso il radicamento sul territorio e nella comunità, la gestione accorta delle relazioni pubbliche, l'uso adeguato di strumenti di comunicazione diretta e, soprattutto, un efficace *management* della lista degli interlocutori da sollecitare possono produrre risultati importanti. Il corso, oltre allo scopo di illustrare come funziona il cinque per mille e come gli enti possono accedere a tale opportunità, vuole fornire alle organizzazioni interessate strumenti adatti a ricavare dal cinque per mille il massimo beneficio possibile, facendo leva sui propri punti di forza. Spesso, infatti, si punta solo su una strategia pubblicitaria e di comunicazione di massa, che richiede una forte comunicazione del marchio e una grande capacità di investimento da parte delle organizzazioni. È tuttavia possibile mettere a frutto altre capacità organizzative per ottenere risultati ottimali, quali il *networking* (attivazione e gestione di reti sociali), le *partnership* con altri soggetti, la sensibilizzazione della comunità locale.

HOMO DONATOR: GRAMMATICA E GEOGRAFIA DEL DONATORE

Anche senza che ce ne accorgiamo, il dono rappresenta una costante che inabita le nostre esistenze, proprio con la sua semplicità e ordinarietà. Anche se le logiche economiche dalla fine del XVII secolo hanno promosso il pensiero unico dell'interesse e dell'utile, le pratiche del dono hanno continuato e continuano a dare senso al nostro stare assieme. Il dono costituisce il vero dinamismo generatore di ogni comunità e di ogni società. Grazie al donare, nelle sue forme più diverse (da quello del "faccia a faccia" a quello anonimo, fino alle odierne pratiche in rete come il *free software*), i legami e le relazioni tra le persone si saldano e si rigenerano. Diviene così importante esplorare le motivazioni del donare, la sua logica e il suo spirito interno, la sua centralità nella rigenerazione della convivenza, la sua eccedenza rispetto ad aspettative e precomprensioni, le vie sempre nuove attraverso le quali si esprime anche oggi.

Amministrazione e Gestione

GOVERNARE RICAVI E COSTI: BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE

In un contesto di riduzione delle risorse pubbliche e di richiesta di servizi ad alta qualità e basso costo, le organizzazioni Non Profit devono governare al meglio le variabili economico-organizzative, per mantenere alta l'efficacia dei servizi-prodotti offerti ma anche l'efficienza della gestione. Il corso offre gli strumenti per l'analisi delle *performance* economico-finanziarie: l'analisi dei dati di bilancio ed extracontabili, la valutazione dei sistemi di analisi e controllo dei ricavi-costi, l'impostazione e gestione sulla base di *budget*, l'uso del controllo di gestione e del *financial risk management* nelle ONP, l'elaborazione di indicatori di efficienza e dei propri costi *standard*.

IL DIRITTO DEL LAVORO NELLE ONP: APPROFONDIMENTO DELLA NORMATIVA E SOLUZIONE DI CASI PRATICI

Il corso si pone l'obiettivo di far acquisire la conoscenza della disciplina giuridica dei più importanti istituti che regolano il rapporto di lavoro, alla luce delle più recenti riforme normative e degli orientamenti giurisprudenziali in materia. Le lezioni, dal taglio pratico, sono volte all'acquisizione delle capacità di risoluzione delle problematiche operative più frequenti, legate al rapporto di lavoro sia in generale che nello specifico settore Non Profit. Il programma si articola lungo un percorso che segue le diverse fasi del rapporto di lavoro a partire dalla costituzione dello stesso, definendo la nozione di subordinazione e affrontando il problema della qualificazione tra subordinazione ed autonomia; si prosegue con la gestione del rapporto di lavoro, attraverso l'esame dei diritti e dei doveri delle parti, fino alla sua risoluzione per dimissioni o licenziamento; si conclude con l'analisi specifica delle tipologie contrattuali più frequenti nel Non Profit come il lavoro a progetto, il contratto a termine, ed il lavoro del socio di cooperativa.

ASPETTI CIVILISTICI E FISCALI PER LE ONP, DALLA NORMA ALLA PRATICA

La sorprendente crescita del terzo settore italiano ha portato il Legislatore ad affrontare negli anni diverse tematiche e adeguamenti giuridici, sommando alle precise norme civilistiche una moltitudine di norme "speciali" che disciplinano, incentivano, proteggono o vincolano i vari segmenti del settore… Tutto ciò spinge gli operatori del settore a professionalizzarsi sempre più per affrontare al meglio la gestione quotidiana di un ente, ottimizzando le risorse attraverso un corretto utilizzo delle norme agevolative fiscali esistenti. Il corso si prefigge di favorire l'acquisizione di tali norme con riferimento specifico alle diverse tipologie di ente, trasformando gli obblighi fiscali in opportunità di miglioramento dell'impostazione gestionale di un'organizzazione.

PRIVACY PER IL NON PROFIT E IL FUNDRAISING

Sono molte e sempre più variegate le situazioni che si presentano all'organizzazione Non Profit per le quali è necessario affrontare la complessa applicazione delle norme in materia di protezione dei dati personali: raccolta dei dati di donatori effettivi e potenziali, gestione dei volontari, riprese e diffusioni di immagini e testimonianze, attività di trattamento di dati affidate in *outsourcing*, pianificazione di campagne di raccolta fondi, sondaggi, eventi di piazza che coinvolgono l'uso, anche in parallelo, di strumenti diversi (telefono, posta, e-mail, internet). Il corso si pone per obiettivo l'illustrazione dei vari obblighi imposti dal Codice *Privacy*, con un'impostazione pratico-operativa, considerando le rapide evoluzioni e semplificazioni che si sono succedute negli ultimi anni. È un evento formativo utile per pianificare i propri obiettivi istituzionali garantendo una lecita e sicura gestione delle informazioni che quotidianamente un'organizzazione Non Profit si trova a disposizione.

BILANCIO SOCIALE E BILANCIO DI MISSIONE: VERSO LA GOVERNANCE ORGANIZZATIVA

La responsabilità e la rendicontazione sociale delle imprese *profit* e Non Profit sono temi che negli ultimi anni hanno suscitato l'interesse di studiosi, esperti ed operatori del settore. Sono state elaborate diverse interpretazioni e sono stati proposti numerosi approcci, modelli e strumenti riguardo al bilancio sociale e di missione. Oltre ai chiarimenti terminologici e semantici, il corso vuole proporre un modello di lavoro, già sperimentato nel mondo del Non Profit, che pone al centro le finalità strategiche dell'organizzazione, differenziandole in relazione agli *stakeholder* di riferimento. Allo stesso tempo il bilancio, evitando la logica "adempimentale", può diventare un efficace strumento gestionale e di *governance* organizzativa. Attraverso il lavoro di gruppo il corso presenta ai partecipanti diversi approcci, affinché loro stessi possano scegliere l'approccio più adatto alla propria organizzazione e giungere così a redigere un piano di lavoro per la redazione del proprio bilancio sociale e/o di missione.

CARTA DEI SERVIZI E DEI VALORI: IL GIOCO DEL DIALOGARE CON L'ESTERNO E DEL COORDINARE ALL'INTERNO

I processi di trasformazione del sistema di *welfare state* che hanno portato alla nascita di forme di *welfare community*, insieme al graduale coinvolgimento di nuovi soggetti alle attività di *governance* territoriale - rivolte sia alla *policy* sia ai servizi socio-culturali - hanno portato in primo piano la centralità della comunicazione istituzionale. Ogni attore della rete è consapevole che la promozione del proprio ruolo strategico richieda un importante impegno in comunicazione e diffusione della propria visione e del proprio agito. La carta dei servizi e dei valori costituisce uno strumento comunicativo di forte impatto. Oltre alla gamma dei servizi offerti veicola anche i principi valoriali che guidano l'agire dell'organizzazione nel suo complesso e degli operatori nelle singole attività. In tal senso è anche un ottimo strumento per sviluppare una cultura organizzativa condivisa, volano indispensabile per raggiungere maggiori livelli di efficienza e di efficacia organizzativa. Il corso consentirà ai partecipanti di tracciare la linea comunicativa più adatta alla propria organizzazione e di definire un proprio programma di lavoro per la stesura della carta.

ORGANIZZAZIONE, STRATEGIA E SVILUPPO PER LE ONP

Il corso vuole accompagnare i partecipanti alla costruzione di strumenti operativi volti a verificare se i comportamenti organizzativi messi in atto, dai singoli e/o dai gruppi di lavoro, sono in linea con gli obiettivi organizzativi e se questi ultimi sono coerenti con i valori, la *mission* dell'organizzazione. Allo stesso modo il corso mira a trasmettere gli strumenti analitici che consentono all'organizzazione di valutare la collocazione all'interno del sistema territoriale di riferimento, di individuare i possibili spazi di sviluppo e di promuovere progettualità in rete con altri soggetti del territorio.

STAKEHOLDER E POSIZIONAMENTO STRATEGICO

L'obiettivo del modulo formativo è, a partire dalle esperienze e dalle percezioni dei partecipanti, ricostruire il contesto di azione entro il quale sono chiamate ad operare le organizzazioni Non Profit. Motivi quali "esternalizzazione dei servizi", "sussidiarietà", "crisi economica", "riforma istituzionale", *"voucher"*, "buoni servizio", "qualità", "efficacia", "efficienza" e "aziendalizzazione" sono ricorrenti nel dibattito sull'imprenditoria sociale degli ultimi anni; questi motivi rappresentano minacce o opportunità? In tutto ciò, qual è il ruolo dei diversi attori? Quali strategie, *partnership*, reti si possono attivare?

Comunicazione e *Marketing*

COME COMUNICARE IL SOCIALE IN MODO EFFICACE E COSTRUIRE RELAZIONI DURATURE

Le relazioni stanno diventando sempre più "digital", spostandosi dalle piazze reali a quelle virtuali, e internet sta diventando un elemento centrale nella nostra quotidianità. Ma come è possibile ottimizzare la multicanalità della comunicazione, dagli strumenti off-line a quelli on-line, al fine di aprire un dialogo stimolante e costruire relazioni durature? La chiave per il successo sta nella pianificazione strategica e integrazione di tutte le attività di comunicazione. Il corso si pone l'obiettivo di offrire una panoramica sull'evoluzione del mondo della comunicazione, fornendo le basi per valutare i vari strumenti, confrontare le diverse opportunità e realizzare una comunicazione efficace ed efficiente orientata alla costruzione di relazioni.

LA COMUNICAZIONE RIVOLTA ALL'ESTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Sempre di più il mondo *profit* (basta guardare alcuni minuti di pubblicità e sfogliare alcune riviste) comunica non più prodotti o servizi, ma sensazioni, valori, senso di appartenenza. E il mondo Non Profit, che vive e si alimenta di valori, come si comporta? È in grado di comunicarli? E il mondo che lo circonda li comprende? Come possiamo creare condivisione intorno ai nostri progetti se non si sa chi siamo, cosa facciamo e come lo facciamo, se il nostro *brand* non è riconoscibile? E come possiamo instaurare relazioni fiduciarie se non comunichiamo con il mondo che ci circonda utilizzando i suoi diversi linguaggi? Non ci sono "ricette" preconfezionate, ma solamente "strumenti" che ogni organizzazione può iniziare ad implementare nella propria realtà con piccoli e semplici accorgimenti, per iniziare a rivisitare e migliorare il proprio stile comunicativo.

IL MARKETING PER LE ONP

Tutte le organizzazioni Non Profit sanno quanto sia importante comunicare, ma non tutte lo sanno fare, anzi spesso le organizzazioni Non Profit comunicano poco e male. Non si tratta di avere a disposizione mezzi finanziari per comprare spazi o pagare consulenti, si tratta invece di comprendere quali siano i meccanismi per la comunicazione, apprenderne i principi e metterli in atto in modo sistematico e metodologico. La comunicazione e il *marketing* possono essere finalizzati alla raccolta fondi, ma anche a pubblicizzare un evento o a sensibilizzare la pubblica opinione circa la propria *mission* e le proprie attività. Il *marketing* tradizionale, il *marketing* sociale, il *cause related marketing* e tutte le altre forme di *marketing* non convenzionale possono essere utilizzate per lo sviluppo della nostra organizzazione e per il bene della comunità.

Gestione del Personale

PRIMA DI COSA COMUNICARE, COME COMUNICARE

In un contesto storico fortemente caratterizzato dal fenomeno della complessità, e da una conseguente necessaria flessibilità dell'azione, sempre più importante diventa l'acquisizione di strumenti utili a dare letture non superficiali delle situazioni, nonché a prevenire situazioni di malessere e di demotivazione anche nei luoghi di lavoro. Attraverso la pratica laboratoriale i partecipanti potranno approfondire i contenuti specifici della comunicazione e della relazione, sviluppando e migliorando le personali competenze nella gestione dei rapporti interpersonali e acquisendo strumenti e strategie che facilitino i rapporti professionali.

L'ARTE DI TRASFORMARE IL CONFLITTO IN OPPORTUNITÀ

L'ipotesi di partenza sulla quale si organizza la proposta formativa è che le società umane si siano trasformate grazie ai conflitti che le hanno contraddistinte: conflitti sociali, di classe, di potere che il pensiero dominante ritiene invece fattori distruttivi dell'ordine e dunque un ostacolo al libero sviluppo. L'aspetto meno indagato, che sarà invece oggetto del corso, è che il conflitto sia una caratteristica della natura umana; esso è presente in ogni contesto relazionale come modalità comunicativa e come elemento di regolazione della vita sociale. Il conflitto, se opportunamente gestito, permette di attivare processi di cambiamento e di evidenziare risorse nascoste, consentendo ai singoli di stabilire un equilibrato rapporto con la realtà. È possibile raffinare le personali capacità di analisi sulla realtà che ci si trova a vivere e operare scelte per trasformare il conflitto, laddove ne esitano le condizioni, in opportunità e risorsa.

STRUMENTI E STRATEGIE PER STAR BENE NELLE ONP

Nelle organizzazioni, comprese quelle Non Profit, il binomio organizzazione-benessere sembra un elemento ormai condiviso e consolidato. Nella realtà operativa quotidiana si scontra però ancora con atteggiamenti, comportamenti e strategie che ne rallentano o ne ostacolano la stabilizzazione se non anche l'avvio. Il corso, proposto con taglio esperienziale, intende accompagnare i partecipanti in una analisi che, partendo dal sé e dalle proprie realtà di provenienza, fornisca chiavi di lettura circa le ragioni che rendono necessario costruire organizzazioni capaci di favorire condizioni di benessere per i propri dipendenti e strumenti operativi per accompagnare, monitorare e stabilizzare il benessere organizzativo all'interno della propria realtà operativa.

SVILUPPO DELLE COMPETENZE PROFESSIONALI E QUALITÀ DELLA VITA LAVORATIVA

Le centralità delle risorse umane nelle organizzazioni che operano nel campo dei servizi in generale e in quello dei servizi socio-culturali in particolare è fuori discussione. La competenza professionale, la motivazione e altri aspetti sono giustamente ritenuti indispensabili per la qualità dei servizi. Ma come si possono avere operatori competenti e motivati? Certamente bisogna mettere in atto strategie organizzative mirate. Non esistono modelli universali e per questo le organizzazioni sono alla ricerca di una soluzione contestualizzata e personalizzata. Per assicurare un buon esito degli interventi da mettere in campo la conoscenza delle leve da azionare è fondamentale. Il corso mira a proporre ai partecipanti un metodo di lavoro finalizzato ad individuare, in primo luogo, i fattori che incidono sullo sviluppo professionale degli operatori dell'organizzazione di provenienza e, in secondo luogo, a definire un piano di lavoro per l'implementazione di una personalizzata strategia organizzativa volta alla crescita professionale degli stessi operatori.

ACCETTARE IL CAMBIAMENTO E ACCOGLIERE NUOVE OPPORTUNITÀ

La resilienza indica la capacità delle persone di reagire a degli eventi stressanti (lutti, tragedie, forti disagi) e a riorganizzare la proprio vita in modo positivo; "ricostruire" la propria dimensione, il proprio percorso di vita, trovando una nuova chiave di lettura di sé, degli altri e del mondo, scoprendo una nuova forza per superare le avversità. Le persone animate da uno spirito resiliente riescono ad uscire più forti di prima da ogni esperienza negativa, tendono ad avere una visione positiva della vita, ad essere più flessibili, ad adattarsi ai cambiamenti, a far tesoro delle proprie ed altrui esperienze e concepiscono le sfide come ulteriori stimoli da affrontare piuttosto che come minacce. Lavorare sulla resilienza fornisce prontezza nell'accettare il cambiamento e nell'accogliere nuove opportunità, non solo quando l'organizzazione attraversa cambiamenti critici. I *leader* devono imparare ad adattarsi alla fluidità di questi cambiamenti: si tratta di un fattore essenziale per avere successo nel futuro.

Nonostante gli ostacoli, i *leader* organizzativi devono restare fedeli alla loro *vision*, guidare e incoraggiare i loro *team* ad andare al di là degli obiettivi e a incrementare la produttività, spesso usando risorse sempre più ridotte.

SOCIAL TEAM BUILDING: INTEGRARE MAPPE DIVERSE PER UN OBIETTIVO COMUNE

Il *social team building* è un *format* esperienziale per aggregare e agevolare la crescita dei *team* aziendali. La metafora esperienziale è integrata con la realizzazione di un progetto reale a beneficio della collettività, un progetto sociale concreto da portare a termine. Il *social team building* coinvolge i partecipanti in un'esperienza altruistica che aggrega il *team* stesso e agevola le dinamiche di gruppo in un contesto *extra*-aziendale.

INNOVAZIONE E CREATIVITÀ ATTRAVERSO IL PROBLEM SOLVING

In genere quando ci si riferisce a metodi e tecniche di soluzione dei problemi si parla di *problem solving*, forse perché si preferisce mettere in evidenza il momento risolutorio che ci libera dallo *stress* innescato dal problema. Tuttavia il *solving* viene dopo il *setting*, ed è anche meno importante di quest'ultimo da un punto di vista gerarchico. Chi pone i problemi in genere ha un potere superiore a chi li deve risolvere. La soluzione del problema, detta per brevità *problem solving*, è un processo che ha diverse componenti, a partire da quelle individuate attraverso il momento centrale del *problem setting*.

LE NOSTRE AZIONI SONO DETERMINATE DALLE EMOZIONI

In questa atmosfera di crisi sociale, tra le varie forme di disagio, ci sono i segni di un crescente malessere emozionale. Viviamo momenti di grande confusione, disorientamento, incertezza e questo genera frustrazione, impotenza ed isolamento. Proprio perché le emozioni sono necessarie, in quanto segnali che ci avvertono di qualcosa che non va, imparare a conoscere come ci sentiamo ci aiuterebbe a non esserne sopraffatti e ad avere un maggior controllo di noi stessi. All'interno delle aziende si nota che da un contesto felice ed armonico ci sono più possibilità che si generino *performance* destinate al successo. Le *performance* sono legate alle emozioni. Quelle positive generano ovviamente risultati brillanti. L'azienda del futuro (e del presente) deve puntare su questo, sulla capacità di costruire un'organizzazione in cui i dipendenti possano fare leva sui propri punti di forza, sulla propria creatività e sulla propria pro-attività.

L'ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE NELLE ONP

Quale tipo di organizzazione Non Profit siamo? Che cosa ci distingue dalle altre organizzazioni dello stesso settore? Quale specifico sistema "socio-tecnico" è il nostro? Sono le prime domande a cui si cerca di dare risposta. Un'organizzazione è soprattutto un'entità sociale, è fatta di persone. Indirizza al proprio interno un flusso di attività, un insieme composito di saperi espliciti e impliciti che sono le stesse persone a possedere. Un sistema in trasformazione, che dipende da vincoli esterni ed è sottoposto a discontinuità che ne mettono a rischio l'esistenza; un sistema con un proprio passo, un proprio ritmo di azione e di reazione. Un sistema da organizzare e riorganizzare continuamente. Non possiamo gestire né trasformare un simile sistema senza conoscere il "funzionamento" delle persone quando lavorano insieme ad altre persone. Organizzare significa trovare quel qualcosa che "funzioni" per interconnettere al meglio i comportamenti organizzativi, una volta considerate attentamente le specifiche contingenze situazionali. Il punto non è solo gestire gli strumenti disponibili, ma sviluppare una sensibilità e una capacità di lettura delle persone per lavorare al meglio insieme a loro. Questa competenza è indispensabile anche per saperle selezionare, motivare, inserire in un'attività, valutarne il grado di soddisfazione, ricollocarle, comprenderne i segnali di discontinuità, osservare come reagiscono agli stimoli, vedere i problemi che esse pongono prima che si ripercuotano sul sistema.

Organizzazioni che hanno beneficiato dei servizi di ConfiniOnline

Cooperative Sociali

Cooperativa Sociale Viridiana
Cooperativa Sociale Koala
Cooperativa Sociale ACTL
Cooperativa Sociale K-Pax
Cooperativa Sociale Faber
Cooperativa di Solidarietà Sociale Villa S.Ignazio
Cooperativa di Solidarietà Sociale Il Canale
Cooperativa Sociale Comunità Progetto
Cooperativa Sociale Arcobaleno
Cooperativa di Solidarietà Sociale Artigiani Guanelliani
Cooperativa Sociale Gruppo R
Cooperativa Sociale CoGeSS
Cooperativa Sociale Castello Servizi
Cooperativa Sociale Fraternità Impronta
Cooperativa Idee in Rete
Cooperativa di Solidarietà Sociale SOS Villaggio del Fanciullo
Cooperativa Sociale Tagesmutter del Trentino
Cooperativa Sociale La Fenice
Cooperativa Sociale Spes Trento
Cooperativa Sociale Azalea
Cooperativa Sociale Kaleidoscopio
Cooperativa Sociale Progetto 92
Cooperativa Sociale La Rete
Cooperativa Sociale COTRA D
Cooperativa Sociale Eliodoro
Cooperativa Sociale Alisei
Cooperativa Sociale Città Futura
Cooperativa Sociale Punto d'Approdo
Cooperativa Sociale Amalia Guardini
Cooperativa Sociale Il Gabbiano

Fondazioni

Fondazione Bambini e Autismo ONLUS
Fondazione Bambini e Autismo Onlus
Fondazione Casa Amica
Fondazione San Vigilio
Fondazione Adolescere
Fondazione Alexander Langer Stiftung
Fondazione Padri Cappuccini Opera Serafica

Altri Enti, Federazioni e Istituzioni

Comunità Volontari per il Mondo
Comune di Andalo - Biblioteca
Programma Sviluppo
Banco Alimentare del Trentino Alto Adige Onlus
Comitato Belle Epoque
Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti Sez. Verona
Federazione Corpi Bandistici della Provincia di Trento
Comitato Provinciale U.S. ACLI di Trento
Gruppo vocale Concentus Clivi
Gruppo di Acquisto Solidale Biodinamico
Federazione Provinciale Scuole Materne di Trento
Comitato Servizi Cooperazione coi Balcani
Laboratorio IDEA
Motoclub del Garda Ezio de Tisi
Polisportiva Promo Serio 2011
Consorzio Solco Città Aperta
IPA B Andrea Danielato
Coordinamento Provinciale Associazione Nazionale
Centri Sociali di Milano
Istituto Superiore Cesare Pesenti
Comunità Comprensoriale Valle Isarco
Cooperativa Speleogarda
Filmclub
Gruppo Giovanile Il Melograno
Arte-Fatto Onlus
Comitato Collaborazione Medica
Wikipedia - Enciclopedia Libera

Centri di Servizio per il Volontariato

CCSV di Asti
CSV di Palermo
CSV di Messina
CSV di Taranto
CSV di Imperia
CSV di Verona
CSV di Savona
CSV di Rovigo
CSV di Modena - Volontariamo
CSV di Treviso
CSV di Verbano Cusio Ossola
CSV di Reggio Emilia
CSV di Parma

Associazioni

Associazione Comunità Gruppo '78
Associazione Bianco Nero
Associazione Diabetici Alto Adige
Associazione Intrecci d'Oriente
Associazione Progetto Famiglia Affido Onlus
Associazione Culturale LUOGHI/ edizioni dall'Architettura
Associazione L'Uomo Libero
Associazione Asilo nel Bosco
Associazione Missioni Francescane Trento Onlus
Associazione Sillabaria Scritture di Donne
Associazione ACLI Provinciali di Padova
Associazione Centro Astalli Trento Onlus
Associazione Trentini nel Mondo Onlus
Associazione Trentina Sclerosi Multipla Onlus
Associazione di Volontariato San Martino
Associazione Cacciatori Trentini
Associazione Donne Immigrate Agorà
Associazione Culturale Perypezye Urbane
Associazione Provinciale Per i Minori Onlus
Associazione Restart
Associazione Nazionale Giacche Verdi Sicilia
Associazione di Promozione Sociale Al Pozzo di Sicar
Associazione La Vispa Teresa
Associazione Culturale Aprile
Associazione di Promozione Sociale Nuova Mobilità
Associazione L'Oasi
Associazione di Promozione Sociale Il Portico
Associazione Trentino Arcobaleno
Associazione Volontarius Onlus
Associazione EPA C Onlus
Associazione Italiana Assistenza Spastici
Associazione Capoeira Onlus di Bolzano
Associazione di Volontariato Amici nel Mondo
Associazione Altoatesina per la Cremazione
Associazione Cattolici Popolari
Associazione Propositiv
Associazione Il Papavero
Associazione di Categoria Legacoopbund
Associazione Jugenddienst Obervinschgau
Associazione Amici Miei Onlus
Associazione di Volontariato Reggio Terzo Mondo
Associazione Wamba e Athena Onlus
Associazione Una Scuola per la Vita Onlus
Associazione La Terra Natale Onlus
Associazione Cristalli indaco
Associazione Mani Tese Onlus
Associazione Italiana Amici di Raoul Follereau
Associazione Nazionale di Amici Italia - Cuba
Associazione Levi - Montalcini
Associazione Noi Italia Onlus
Associazione Anna Biagi Rubini Onlus
Associazione Inventare Insieme Onlus
Associazione di Promozione Sociale Terre Comuni
Associazione In viaggio con noi
AUSER Polesine
AUSER Lombardia
Associazione Azione Cattolica Brescia

Convenzioni e Partnership

CAF ACLI
Cassa Rurale di Trento – Banca di Credito Cooperativo
ASSIF – Associazione Italiana Fundraiser
Istituto Italiano Donazione – Donare con fiducia
Trentinosociale.it – I servizi sociali in Trentino
arci
Casse Rurali Trentine
CorSolida – Imprese Sociali – Cooperazione Trentina
Autonome Provinz Bozen Südtirol – Provincia Autonoma di Bolzano Alto Adige
Provincia Autonoma di Trento
Trentino
Cassa Rurale Aldeno e Cadine – Banca di Credito Cooperativo
NextBit – ICT Consulting Company

ConfiniOnline
LE REGOLE DEL NON PROFIT

Contatti:

ConfiniOnline - Le regole del Non Profit
Via Kufstein, n. 5
38121, Trento
www.confinionline.it

Alessandro Duranti
Responsabile Sviluppo Progetti ConfiniOnline
serviziocommerciale@confinionline.it
mobile: 333 4986141
fax 0461 1866411

Luciano Zanin
Direttore scientifico di ConfiniOnline
luciano.zanin@confinionline.it
mobile: 349 6064311

Fabio Bazzanella
Responsabile Area Consulenza ConfiniOnline
redazione@confinionline.it
mobile: 347 9100393