



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



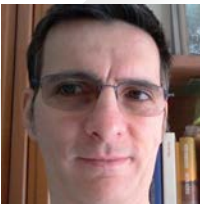
Lorenzo Biagi

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.



Vittorio Visetti

Esperto in comunicazione e relazioni pubbliche, ricopre il ruolo di Account Manager e Marketing Manager presso Pléon realtà multinazionale nelle relazioni pubbliche e Creativa/Orchestra; opera al fianco di enti, associazioni professionali e organizzazioni Non Profit.



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 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.

PARTECIPARE AI BANDI DELLE FONDAZIONI

Oggi stanno nascendo unità di filantropia strategica strutturate presso banche, imprese: i professionisti che se ne occupano hanno quasi sempre una formazione finanziaria che, da sola, non sempre soddisfa le esigenze filantropiche dei clienti. Diventa allora fondamentale la conoscenza dei metodi di analisi delle iniziative filantropiche, del loro impatto, del processo decisionale del donatore, dei nuovi strumenti finanziari utilizzabili sui progetti non-profit, delle nuove regole per un'efficace azione di raccolta fondi. Il Philanthropy Advisor deve conoscere non solo le opportunità di donazione & investimento, le organizzazioni e i progetti cui erogare fondi, ma deve soprattutto comprendere la capacità di creare un reale impatto, cioè risultati concreti nell'interesse dei destinatari finali delle azioni benefiche.

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

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

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 *fundraising* 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.

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 *corporate 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.

CROWDFUNDING & PERSONAL FUNDRAISING

Lo scopo dell'intervento formativo è conferire ai responsabili della raccolta fondi di un'organizzazione non profit gli strumenti per poter utilizzare al meglio questo nuovo strumento al servizio dell'online fundraising. Vengono presentati l'attuale scenario del crowdfunding, il crowdfunding donation based e le sue peculiarità; vengono descritti gli elementi portanti di una campagna di crowdfunding, tra cui progetto, storytelling, network, social media, connubio offline e online e il moltiplicatore personal fundraising; viene approfondito il caso di sport & solidarietà, un binomio vincente, e sono messi a confronto diversi case history.

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

Sono molte e sempre più variegata 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

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

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 ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

L’intervento formativo si sviluppa tra teoria e pratica, attraverso l’acquisizione di quelle che sono le nozioni fondamentali del marketing e l’apprendimento di quale sia stata la sua evoluzione nel tempo. Dal marketing di prodotto al marketing 3.0, dal cliente alla buona causa, dalla comunicazione al brand. Il Terzo Settore ha davvero bisogno di apprendere queste conoscenze per poter svolgere la propria funzione? Sicuramente sì. Il marketing è uno strumento indispensabile per lo sviluppo delle organizzazioni nonprofit, perché non solo può aiutarle nella crescita ma può renderle maggiormente efficaci nel perseguimento della mission istituzionale.

SOCIAL MEDIA PER IL NON PROFIT

Come afferma Erik Qualman in “Socialnomics” «Non abbiamo scelta se utilizzare o meno i social media, la domanda è invece quanto bene lo facciamo». I social media sono diventati oggi una componente rilevante della nostra quotidianità. Di conseguenza anche le organizzazioni non profit non possono più non considerarne l’utilizzo nelle proprie strategie di comunicazione e raccolta fondi. Sebbene rappresentino degli strumenti facili e a basso costo, necessitano di una profonda conoscenza delle singole peculiarità e potenzialità, oltre ad un’attenta attività di pianificazione. Il corso ha quindi l’obiettivo, anche grazie all’esperienza di gruppo del “Social Media Game”, di fornire gli strumenti per predisporre un piano strategico per gestire la presenza nei social media dell’organizzazione, realizzare contenuti efficaci e scegliere gli strumenti più idonei per raggiungere gli obiettivi prefissati.

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 propria 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.

LA LEADERSHIP NELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

La leadership è la capacità di raggiungere la propria essenza per sfruttare competenze, attitudini, talenti e i valori per essere il tuo vero Sé; essere di esempio per ispirare fiducia, lealtà e per generare energia tra i componenti di un'organizzazione. Gli obiettivi dell'intervento formativo consentono di diventare consapevoli dei meccanismi relativi al contatto con l'esterno per potenziare la propria capacità di leadership personale; comprendere e sperimentare la leadership diffusa in un gruppo di persone; riconoscere, attraverso l'utilizzo di metodologie esperienziali, le specificità dei leader nelle ONP, il rapporto cruciale che collega il leader e le emozioni, il leader e il team, il leader e la comunicazione.

Convenzioni e Partnership



Provincia Autonoma
di Trento



Organizzazioni che hanno beneficiato dei servizi 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
Cooperativa Sociale Pantacon
Cooperativa Sociale ITACA
Cooperativa Sociale S. Lucia
Cooperativa Sociale Irifor del Trentino

Cooperativa Sociale Cantiere del Sole
Cooperativa Sociale In Cammino
Cooperativa Sociale Operatori Sociali
Cooperativa Sociale A77
Cooperativa Sociale Aldia
Cooperativa Sociale Saman
Cooperativa Sociale Cauto Cantiere Autolimitazione
Consorzio Sol.Co.
Piacenza Cooperativa Sociale Fraternità Impronta
Cooperativa Sociale Destacum
Cooperativa Sociale Civiform
Cooperativa Sociale Il Paguro
Cooperativa Sociale A.ME.LIN.C.
Cooperativa Sociale Elleuno
Cooperativa Sociale Filo Diretto SL
Cooperativa Sociale LULE
Cooperativa Sociale Nuovi Spazi
Cooperativa Sociale La Grande Casa
Cooperativa Sociale Un Sogno per Tutti
Consorzio Solco Città Aperta

Fondazioni

Fondazione Legambiente
Fondazione Aiutare i Bambini
Fondazione Adolescer
Fondazione Giacomo Rumor
Fondazione Intercultura

Fondazione Renato Piatti
Fondazione Don Bernacchi Gerli Arioli
Fondazione dell'Ospedale G. Salesi
Fondazione Atlante
Fondazione Vesuviana
Fondazione Un Raggio di Luce
Fondazione Ferruccio Poli
Fondazione Floriani
Fondazione Pietro Gamba
Fondazione Piero e Lucille Corti

Fondazione Hospice Trentino
Fondazione Bambini e Autismo
Fondazione Casa Amica
Fondazione San Vigilio
Fondazione Alexander Langer Stiftung
Fondazione Padri Cappuccini Opera Serafica
Fondazione Famiglia Materna
Fondazione Opera Campana Dei Caduti
Fondazione Fontana Onlus
Fondazione Romani Sette Schmid

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
Provincia Autonoma di Bolzano
Regione Friuli Venezia Giulia
SAIT - Consorzio delle Cooperative di Consumo del Trentino
Federazione Trentina della Cooperazione
IRES Friuli Venezia Giulia
Comune di Trento
Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

Centri di Servizio per il Volontariato

CSV di Imperia
CSV di Biella
CSV di Novara
CSV di Vercelli

CSV di Vicenza
CSV di Reggio Emilia
CSV di Modena
CSV di Napoli
CSV di Verona
CSV di Parma
CSV di L'Aquila
CSV di Taranto
CSV di Bologna

CSV di Rovigo
CSV di Biella
CSV di Treviso
CSV di Cuneo
CSV di Savona
CSV di Asti
CSV di Belluno
CSV di Aosta
CSV di Ancona

Associazioni

ActionAid
Aifo
Amref
Ciai
Intervita
Niguarda
IBO Italia
Comitato Collaborazione Medica
Istituto Italiano della Donazione
Opera di Padre Marella - Città Ragazzi
Antoniano
Associazione Mani Tese Onlus
Associazione Comunità Gruppo '78
Associazione Bianco Nero
Associazione Diabetici Alto Adige
Associazione Intrecci d'Oriente
Associazione Progetto
Famiglia Affidò 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



Contatti:

ConfiniOnline - Le regole del Non Profit

Via Kufstein, n. 5
38121, Trento (TN)
T. 0461.036690
www.confinionline.it

Sede di Trento:

Alessandro Duranti

Responsabile Sviluppo Progetti
serviziocommerciale@confinionline.it
C. 333.4986141

Giulia Lorandi

giulia.lorandi@confinionline.it

Fabio Bazzanella

redazione@confinionline.it
C. 347.9100393

Sede di Milano:

Luciano Zanin

Direttore Scientifico
luciano.zanin@confinionline.it
C. 349.6064311

Anna Gargantini

anna.gargantini@confinionline.it
C. 347.2393393