PAESE :Italia
PAGINE :37;38
SUPERFICIE :164 %
DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :Di Giampaolo Cerri

► 1 aprile 2023

Capitolo 2

ECCO COME SI INNOVA LA FILANTROPIA

Michele Crisostomo Enel ed Enel Cuore onlus
Silvia de Blasio Fondazione Vodafone
Francesca Magliulo Fonadzione Eos
Simona Torre Fondazione Italiana Accenture
Francesco Frattini Fondazione Roche
Francesca Campora Fondazione E. Garrone
Cardenia Casillo Fondazione Vincenzo Casillo
Luisa Adami Fondazione Ronald McDonad
M. Cristina Ferrandini Fondazione Amplifon
Maria Cristina Alfieri Fondazione Conad Ets
Davide Triacca Fondazione Costa
Laura Colombo Banco dell'Energia
Maria Luisa Parmigiani Fondazione Unipolis
Emma Ursich The Human Safety Net
Antonio Danieli Fondazione Golinelli
Enrico Falck & Elisabetta Falck Fondazione Alia Falck
Sandro Veronesi & Rita Ruffoli Fondazione San Zeno

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :37;38
SUPERFICIE :164 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :Di Giampaolo Cerri

► 1 aprile 2023

LE SETTE LEVE PER LA FILANTROPIA INNOVATIVA

I vertici di 17 tra le maggiori fondazioni di impresa rispondono a sette domande sulla gestione operativa. Marker di innovazione

di Giampaolo Cerri, Antonietta Nembri e Veronica Rossi

Che cosa indica, oggi, la modernità dell'approccio filantropico di un'azienda? Che cosa segnala l'innovatività di un modello e la modernità di un posizionamento?

Sì perché il fenomeno crescente delle fondazioni di impresa può rappresentare un'opportunità per il Terzo settore italiano, con la possibilità di mutuare l'efficienza nei processi gestionali, la competenza nell'usare le risorse, la capacità di misurare gli esiti, a patto però che gli enti filantropici stessi siano buone pratiche e non ricettacolo di stanche liturgie corporate, celebrate ex-novo coi paramenti della beneficenza.

Insomma, il binomio fondazione-azienda non garantisce di per sé, non basta accostare semplicemente i due sostantivi per averne, come per miracolo, una storia da cui chi opera nel sociale e nell'ambiente abbia da imparare.

Per questo abbiamo enucleato alcune grandi questioni che, all'avviso di molti osservatori indipendenti, molti dei quali avete letto nelle pagine precedenti, individuano, se non certificano, la bontà di un percorso, la validità di una direzione di marcia, la ricchezza di una pratica. Domande che vanno dalla governance alla programmazione, dal capitale umano al posizionamento, e che abbiamo girato a un bel gruppo di realtà, tra le più brillanti del momento.

Ecco le loro risposte.

su vita.it

Approfondisci gli interventi dei protagonisti delle fondazioni d'impresa

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :39;40
SUPERFICIE :164 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

1 GOVERNANCE

QUALI SONO LE RELAZIONI CON L'AZIENDA MADRE? A CHI "RIPORTANO", I VERTICI DELLA VOSTRA FONDAZIONE?

Michele Crisostomo, *presidente Enel ed Enel Cuore onlus*

Enel Cuore, onlus del Gruppo Enel, nasce nel 2003 per offrire supporto alle organizzazioni del Terzo settore radicate sul territorio, attraverso interventi concreti in grado di rispondere ai bisogni delle persone che vivono in condizioni di fragilità e disuguaglianza sociale. Attraverso queste iniziative, in linea con la filosofia "Open Power" di Enel – basata su una vocazione all'apertura verso gli stakeholder e un approccio di condivisione e di partecipazione – Enel Cuore ha realizzato insieme alle organizzazioni del Terzo settore, progetti capaci di creare valore condiviso e coesione sociale assicurando la sostenibilità delle iniziative nel tempo. In questo modo abbiamo creato reti di solidarietà e sinergie con le istituzioni locali per mettere in campo azioni tangibili e costruire un futuro più sostenibile in linea con gli Sdg Onu. Questo il tratto distintivo della nostra onlus che opera in quattro ambiti: cultura dell'educazione, inserimento e autonomia sociale, tutela della salute, povertà e inclusione sociale.

Silvia de Blasio, *dir. Comunicazione Corporate e Fondazione Vodafone*

La fondazione nasce – come struttura autonoma dall'azienda – dalla volontà di sostenere la società civile favorendo accessibilità e inclusione sociale grazie alla tecnologia. Ha un suo cda, guidato dalla presidente, esterna all'azienda, Adriana Versino, e composto dal segretario generale, Antonella Cultrera, e da sette manager appartenenti a differenti funzioni aziendali. Il team di fondazione riporta a me, in qualità di direttore della Comunicazione corporate e Fondazione Vodafone. A mia volta, la mia funzione riporta all'amministratore delegato.

Francesca Magliulo, *direttrice generale Fondazione Eos*

La Fondazione Eos è la fondazione d'impresa di Edison con cui la società consolida il proprio impegno sociale contribuendo con le proprie persone e competenze agli obiettivi dell'*Agenda 2030*. Ci piace dire che Eos è nata per "gemmazione" da questa parte di azienda: la sua responsabile siede nel cda della fondazione – formato dal comitato esecutivo e da alcuni direttori dell'azienda – , mentre, come direttrice di Eos, è nel comitato sostenibilità manageriale di Edison. Il forte legame non ci preclude, in alcun modo, l'autonomia di scelta e d'azione, pur nella condivisione dei principi e degli obiettivi fissati nel piano triennale.

Simona Torre, *dir. generale Fondazione Italiana Accenture*

Abbiamo un team composto da una decina di persone, tutti dipendenti della fondazione, tra cui il direttore generale e un presidente che presiede un cda formato da sei membri, tutti managing director di Accenture Italia. Lo statuto prevede un livello di autonomia importante per il direttore generale cui è delegata la conduzione manageriale operativa degli affari correnti e include l'assunzione del personale, il conferimento di incarichi, e gli approvvigionamenti. L'organo decisionale a tutti gli effetti è il cda che però delega al direttore generale un ampio spettro di poteri e una buona libertà d'azione.

Francesco Frattini, *segretario generale Fondazione Roche*

Fondazione Roche è nata perché Roche Italia voleva creare un'entità che fosse "la mano dell'azienda tesa verso il territorio". Una realtà capace di dialogare, interagire e supportare la società civile in modo più efficace rispetto a quanto possa fare un'impresa commerciale. La fondazione per la propria attività dipende dai soci fondatori che sono Roche, Roche Diagnostics e Roche Diabetes Care. La presidente, Mariapia Garavaglia, è una figura indipendente dall'azienda madre, mentre il direttore generale, Fausto Massimino, ha un incarico anche in Roche. Il cda è composto dai ceo dei tre soci fondatori, dalla presidente, dal direttore generale e dal segretario generale. La fondazione ha un elevatissimo grado di autonomia, ovviamente sempre restando negli ambiti definiti nel nostro statuto. Tutti i progetti della fondazione devono essere collegati alla salute.

Francesca Campora, *direttrice Fondazione Edoardo Garrone*

Nasciamo con un progetto direi più familiare che di impresa. L'idea era quella di creare uno strumento

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :39;40
SUPERFICIE :164 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

operativo, snello, veloce, competente che potesse in qualche modo delineare partendo e muovendo da questa vocazione e delineare una strategia di azione. Il legame con Erg è evidentemente molto forte anche solo per i ruoli apicali che in alcuni casi sono gli stessi, partendo dal presidente che è anche *executive vice president* nel gruppo.

Cardenia Casillo, *presidente Fondazione Vincenzo Casillo*

Il consiglio d'amministrazione della fondazione è composto dai quattro figli e dalla moglie di Vincenzo Casillo. È una fondazione di famiglia intitolata al fondatore del gruppo, sostenuta anche dalle aziende del gruppo stesso. La fondazione opera in assoluta autonomia, pur allineandosi di tanto in tanto con il gruppo rispetto a finalità comuni attinenti alla responsabilità sociale.

Luisa Adami, *vicepresidente Fondazione Ronald McDonald*

McDonald's è Founding Mission Partner di Fondazione Ronald e ne condivide la missione, ovvero supportare e sostenere le famiglie con bambini malati offrendo loro ospitalità e assistenza durante il periodo delle cure e delle terapie ospedaliere. Dal 1999, da quando la fondazione è presente in Italia, l'azienda ha saputo sensibilizzare i propri dipendenti e i propri clienti alla missione, con raccolte fondi nei ristoranti, volontariato aziendale, e diffusione dei valori. Siamo realtà indipendenti, anche come management.

Maria Cristina Ferradini, *ceo Fondazione Amplifon*

La fondazione rientra nella galassia Amplifon ed è nata da un atto dell'azienda, ma è un organismo indipendente. Il cda riflette l'indipendenza della fondazione: oltre alla presidente Susan Carol Holland, abbiamo solo un rappresentante dell'azienda, che è il responsabile delle Risorse umane mondo, mentre le altre nomine sono indipendenti. La mia presenza come ceo è stata una scelta consapevole: di solito negli enti filantropici ci sono i direttori o i segretari generali, che però non siedono in consiglio. Il rischio, quindi, è di avere un board distaccato, che chi dirige la fondazione deve convincere. Il ceo, invece, partecipa al tavolo decisionale, dialoga alla pari e sostiene il proprio punto di vista.

Maria Cristina Alfieri, *direttrice Fondazione Conad Ets*

La fondazione è stata istituita a febbraio del 2022 ed è divenuta operativa a maggio, però eredita 60 anni di storia di cooperative e soci Conad nel senso che i soci fondatori sono le cinque cooperative che compongono il sistema Conad più il Consorzio nazionale che fa da coordinamento. C'è una totale autonomia rispetto alle attività commerciali.

Davide Triacca, *segretario generale Fondazione Costa*

La relazione con Costa Crociere è profonda e integrata, nel senso che garantisce le sinergie di cui abbiamo bisogno per essere efficaci nelle nostre azioni, ma allo stesso tempo permette alla fondazione di essere indipendente. Il grado di autonomia è pressoché totale, nel rispetto del nostro statuto. Negli anni abbiamo tuttavia sempre trovato valore nello sviluppare iniziative ad alto impatto in cui potessimo attivare anche le risorse di Costa Crociere, massimizzandone l'efficacia.

Laura Colombo, *segretario generale Banco dell'Energia*

Banco dell'Energia è stato fondato nel 2016 da A2A e dalle sue fondazioni. Siamo un ente totalmente autonomo, senza scopo di lucro che ha l'obiettivo di raccogliere fondi per sostenere, attraverso il meccanismo della solidarietà indiretta, persone e famiglie in situazione di vulnerabilità economica e sociale, ponendo particolare attenzione al tema della povertà energetica.

Maria Luisa Parmigiani, *direttrice Fondazione Unipolis*

All'interno del cda della nostra fondazione c'è il presidente dei soci fondatori, il Gruppo Unipol e UnipolSai. Storicamente, c'era anche una corrispondenza tra presidente della fondazione e soci fondatori, ma oggi non è più così. Io sono la direttrice e contestualmente sono anche dirigente del gruppo, a diretto contatto con l'ad. Annualmente, il contributo alla fondazione viene deliberato dal board dei fondatori, sulla base del piano di attività e dei risultati dell'anno precedente

Emma Ursich, *segretaria generale The Human Safety Net*

Siamo nati cinque anni fa, con l'intento di dare una missione internazionale a quella che era la Fondazione storica di Generali, che ha sempre avuto un focus più italiano. Siamo ente filantropico, iscritto al Registro unico del Terzo settore — Runts dall'inizio di quest'anno. Abbiamo uno statuto, con obiettivi e una strategia che abbiamo delineato in un percorso condiviso con gli stakeholder. Come segretaria generale, riferisco al board della fondazione.

Antonio Danieli, *v.pres. e dir. gen. Fondazione Golinelli*

Per volontà di Marino Golinelli, la fondazione è pienamente autonoma, il cda e il presidente rappresentano gli unici vertici decisionali, e i nuovi membri vengono cooptati dal cda stesso. Mancato il fondatore, è stato creato un comitato di indirizzo in cui siedono gli eredi della famiglia, la moglie, il presidente, il vicepresidente, e un membro esterno di chiara fama. Questo Comitato ha un ruolo consultivo e di condivisione degli indirizzi strategici di lungo periodo.

Enrico Falck, *consigliere Fondazione Alia Falck*

A seguito della cessione delle quote di maggioranza dell'azienda Falck Renewables a un fondo, siamo nati nel 2022, dalla divisione della precedente Fondazione Falck, ripartita quest'ultima sui tre rami familiari. In passato Fondazione Falck era legata alla società di famiglia, e ai dividendi che la società distribuiva; oggi, potendo contare su un patrimonio che la rende autonoma, si è dotata di una struttura propria e con propri obiettivi.

Rita Ruffoli, *direttrice Fondazione San Zeno*

Abbiamo sempre avuto una gestione indipendente. Siamo fondazione di erogazione, con una natura giuridica propria, una sede diversa da quella del gruppo. Abbiamo sempre agito in maniera autonoma e libera. I rapporti con l'azienda ci sono: la raccolta fondi (da ottobre a novembre, il 3% di ogni vendita dei negozi a marchio *Calzedonia* e *Intimissimi*) è senza dubbio l'aspetto di maggior prossimità. ◆

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :41;42
SUPERFICIE :163 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

2 AUTONOMIA

COME CONCILIATE LE ESIGENZE DI MARKETING E DI COMUNICAZIONE DELL'AZIENDA MADRE CON LA VOSTRA ATTIVITÀ? C'È UN RISCHIO SOCIAL WASHING?

Silvia de Blasio, *dir. Comunicazione Corporate e Fondazione Vodafone*

Vodafone si è dotata di una governance rigorosa per evitare rischi reputazionali derivanti da greenwashing o simili. L'autonomia della fondazione rafforza ulteriormente tale garanzia. Dal punto di vista della comunicazione, è mia responsabilità tenere separate le finalità di marketing e di business dell'azienda rispetto agli ambiti e alle priorità della Fondazione. Questo non toglie che la fondazione rappresenti un elemento importante per il posizionamento rispetto alla percezione complessiva del brand da parte dei nostri clienti.

Francesca Campora, *direttrice Fondazione Edoardo Garrone*

La cosa interessante è come nel tempo la mission è diventata più affine: Fondazione Garrone all'inizio era legata al territorio genovese e alla divulgazione culturale mentre in quegli anni Erg muoveva i primi passi per divenire un gruppo 100% rinnovabile. Oggi ci stiamo occupando di sviluppo economico delle aree interne, della montagna e in particolare dell'Appennino che in qualche modo è transizione ecologica. Ci siamo trovati a dialogare con i colleghi di Erg su tematiche che ci stanno avvicinando come le comunità energetiche. Oggi il dialogo con la casa madre si realizza sempre di più sul contenuto.

Cardenia Casillo, *presidente Fondazione Vincenzo Casillo*

Questo non è un tema che sentiamo reale per noi, pur consapevoli dell'uso distorto che spesso avviene del sostegno a iniziative benefiche, soprattutto in aziende che operano in settori maggiormente compromessi rispetto ad alcune tematiche (vedi aziende particolarmente inquinanti). La fondazione opera prevalentemente sul territorio pugliese e nel Sud Italia, il gruppo Casillo è invece attivo in tutta Italia e all'estero; per cui, pur auspicando un riverbero positivo dell'impegno della fondazione sulla reputazione del gruppo Casillo, non è certamente la sua attività che può eventualmente alterare la percezione della buona reputazione dell'azienda.

Francesco Frattini, *segretario generale di Fondazione Roche*

Il tema del greenwashing è un tema reale. Fondazione Roche opera con un ampio grado di autonomia rispetto ai soci fondatori. Detto questo però noi, nella nostra agenda strategica e tattica, seguiamo il cosiddetto concetto "dell'agenda specchio". Questo significa che tutte le iniziative che intraprendiamo sono in un qualche modo collegate anche agli obiettivi strategici dell'azienda madre. Mi spiego meglio: se dobbiamo sostenere progetti di associazioni di pazienti oppure di enti del Terzo settore che si occupano di assistenza alle famiglie di persone con disabilità o con fragilità, è molto più probabile che ci rivolgeremo, ad esempio, a chi opera nel campo dell'oncologia o delle malattie rare dove Roche Italia ha una presenza importante e fornisce soluzioni terapeutiche e diagnostiche.

Francesca Magliulo, *direttrice Fondazione Eos*

Eos, pur avendo il supporto dalla della casa madre e del suo ufficio stampa, ha una comunicazione indipendente con contenuti propri e non influenzati dal business dell'azienda perché la fondazione si rivolge prioritariamente agli adolescenti che hanno un linguaggio e degli interessi diversi da quelli del target di Edison. Abbiamo scelto di non parlare di energia ed efficienza energetica anche per questo motivo, ma se — come capitato più volte negli ultimi mesi — alcune realtà non profit ci chiedono un aiuto per orientarsi e capire il mondo complicato dell'energia, siamo ben disposti a facilitare un confronto con i nostri colleghi, in una sorta di volontariato di competenze.

Luisa Adami, *vicepresidente. Fondazione Ronald McDonald*

Siamo il rappresentante italiano di una più larga organizzazione a livello mondiale, Ronald McDonald House Charities, che opera in oltre 60 Paesi nel mondo. L'organizzazione nasce a Philadelphia nel 1974, da allora sono oltre 800 i programmi nel mondo. Questa incredibile storia mostra la genuinità e l'integrità dell'organizzazione.

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :41;42
SUPERFICIE :163 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

Certamente allora non si parlava di green o socialwashing: siamo stati precursori di valori sociali all'interno di grandi sistemi aziendali.

Davide Triacca, *segr. gen. Fondazione Costa*

◆ Nel nostro caso fondazione e sostenibilità sono strettamente integrate. Entrambe seguono in modo sincero un *purpose* di trasformazione positiva della società, seppure operino in modo necessariamente diverso e allineato con i reciproci mandati o statuti. L'integrazione tra Costa e la fondazione ci consente di mettere in moto una catena di valore che chiama in causa i principali stakeholder dell'azienda: business partner, dipendenti Costa, agenzie di viaggi e ospiti delle navi, insieme concorrono a migliorare le condizioni delle persone in stato di fragilità, dell'ambiente e delle comunità locali. Senza queste sinergie, l'azione della fondazione sarebbe decisamente meno impattante.

Maria Cristina Ferradini, *ceo Fondazione Amplifon*

◆ Il rischio, sulla carta, c'è, ma si tratta di un rischio generico. È un tema culturale, Per quanto ci riguarda, abbiamo ben definito l'azione filantropica e di impatto sociale, che deve essere distinta dal business aziendale. Fin dalla sua costituzione, la fondazione ha oggetto e principi ispiratori chiari che ne garantiscono l'indipendenza. Con un assetto di questo tipo, il problema non si pone. Poi c'è il tema culturale, che, se da un lato segna la distanza tra azienda e fondazione, dall'altra permette di mettere a frutto il patrimonio, l'expertise e le sensibilità dell'azienda.

Antonio Danieli, *vicepresidente e dir. gen. Fondazione Golinelli*

◆ Questo è un rischio nel nostro caso non molto significativo. Anche se sicuramente un po' di attenzione c'è. Più in generale osserviamo che la cultura del nostro Paese non è ancora pronta ad accettare la figura del filantropo; si tende a delegittimare le fondazioni puntando il dito strumentalmente contro quelle di natura politica o vagheggiando di benefici fiscali per il settore che, nei fatti, non esistono. E si tende ad accusare le imprese, adducendo vantaggi per i loro business, maturati meramente sulla base del marketing e non su di un reale incarnato delle logiche *for benefit* nei modelli di funzionamento. Profitto è una parola che ancora spaventa. Ma tutto questo è inesorabilmente in marcia verso un processo di trasformazione, grazie alla maggior consapevolezza dei giovani.

Maria Cristina Alfieri, *dir. Fondazione Conad Ets*

◆ Il sistema Conad ha fatto molto più di quanto ha comunicato negli anni. È il fenomeno opposto al greenwashing, prima si è fatto e poi si è deciso di comunicare. La fondazione ha anche l'obbligo in qualche modo di restituire alla comunità in termini culturali l'impatto sociale di quello che viene realizzato attraverso gli interventi fatti attraverso le cooperative e i soci. Per esempio noi abbiamo un programma per cui sosteniamo iniziative che vanno a favore delle donne vittime di violenza, Conad ha promosso una raccolta fondi nei suoi negozi ma le due cose sono state assolutamente disgiunte.

Maria Luisa Parmigiani, *direttrice Fondazione Unipolis*

◆ Noi abbiamo il problema opposto. Abbiamo sempre avuto una grande autonomia di intervento, quindi c'è il rischio che non ci sia la percezione che Unipolis sia la fondazione di Unipol e UnipolSai. Da parte dei soci fondatori non c'è mai stato un tentativo di cannibalizzazione rispetto al valore prodotto: la fondazione rappresenta lo strumento operativo attraverso il quale si concretizza la loro azione di responsabilità sociale.

Emma Ursich, *segr. generale The Human Safety Net*

◆ Abbiamo la fortuna di avere alle spalle una grande organizzazione come Generali per amplificare il nostro impatto sociale; l'importante è essere basati sui bisogni, misurare il ritorno e cercare di mettere a disposizione tutte le leve per migliorare la vita delle persone. Penso che il nostro possa essere un buon esempio di collaborazione tra profit e non profit: non intendiamo essere un doppione o un'aggiunta, ma creare valore proprio per chi siamo e per quello che possiamo portare, come competenze, come conoscenze e come rete.

Laura Colombo, *segr. generale Banco dell'Energia*

◆ Banco dell'Energia non è da considerarsi una fondazione corporate ma indipendente e aperta a qualsiasi altro partner sensibile al tema. La fondazione è nata da un'esigenza reale, affrontare un nuovo tipo di povertà, quella energetica. Le aziende energetiche, e tutti coloro che lavorano nell'ambito dell'energia hanno una maggiore sensibilità e conoscenza del tema, con una maggiore percezione del problema contingente utile a trovare soluzioni per affrontarlo. La scelta del meccanismo della "solidarietà indiretta" per l'erogazione di fondi, destinati anche al pagamento delle utenze di qualunque operatore energetico, avvalora la volontà dell'iniziativa di essere una effettiva ed efficace risposta a un problema tralasciando le esigenze di marketing.
Nel 2021 Banco dell'Energia ha inoltre promosso il manifesto *Insieme per contrastare la povertà energetica*, a cui hanno aderito più di 60 firmatari tra aziende, organizzazioni del Terzo settore, associazioni e istituti di ricerca, network che garantisce la realizzazione di numerosi progetti di solidarietà su tutto il territorio nazionale: testimonianza del fatto che tutte le figure coinvolte, a partire dalle aziende e fondazioni che oggi costituiscono il board della fondazione, fino ad arrivare agli enti non profit aderenti, hanno espresso la volontà di fare sistema per rispondere concretamente al problema della povertà e vulnerabilità energetica.

Rita Ruffoli, *direttrice Fondazione San Zeno*

◆ La fondazione è nata nel 1999, quando questi temi di sostenibilità non erano in auge. Ci animava uno spirito filantropico e, né allora, né oggi, nutriamo aspettative o interessi in questo senso.
Non sentiamo questo rischio, pur sentendo questo tema come reale. Ci regoliamo agendo con trasparenza, sia con gli enti che sosteniamo sia con le comunità.◆

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :43;44
SUPERFICIE :181 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

3 PERSONE

LA SCELTA DEL CAPITALE UMANO È UN MOMENTO IMPORTANTE. QUALI CRITERI ADOTTATE?

Michele Crisostomo, *pres. Enel ed Enel Cuore onlus*

Per Enel Cuore le persone sono fondamentali perché rappresentano il nostro "asset" principale, il nostro capitale umano, ma non solo. Chi lavora con noi è una persona che oltre alle competenze e il background professionale, possiede quelle qualità umane necessarie a comprendere e accogliere le necessità e i bisogni di chi vive in situazioni di difficoltà. A questo si accompagnano conoscenza della realtà e dei territori in cui operiamo e le principali aree di intervento del Terzo settore. Il lavoro non si esaurisce nella semplice erogazione dei fondi; i progetti vengono selezionati e seguiti dalla nascita fino alla realizzazione concreta, con un monitoraggio continuo delle attività svolte e dei risultati ottenuti.

Cardenia Casillo, *presidente Fondazione Vincenzo Casillo*

La scelta delle persone è l'elemento più importante di una strategia filantropica. Coloro che collaborano con la nostra fondazione devono avere una forte sensibilità alle tematiche sociali, ma nel contempo avere competenze e acquisirne sempre di nuove, poiché in un mondo che cambia sempre più velocemente non si può prescindere da questo se si vogliono raggiungere gli obiettivi prefissati.

Simona Torre, *dir. gen. Fondazione Accenture*

C'è abbastanza differenza tra la ricerca di personale junior e senior. Per i primi si punta soprattutto a capire se c'è un interesse autentico a lavorare in un contesto che ha come obiettivo primario la generazione di impatto sociale e ambientale. Nella ricerca di personale senior invece si cercano persone con esperienza manageriale e mind set digitale. Io stessa sono in fondazione da quattro anni e vengo dal mondo profit. È stata una scelta consapevole della corporate portare in fondazione competenze che potessero servire a portare nell'attività filantropica un approccio manageriale e orientato al digitale.

Francesca Campora, *direttrice Fondazione Edoardo Garrone*

È un po' di tempo che non integriamo persone. È chiaro che se oggi dovessi andare a cercare delle persone e delle collaborazioni da integrare stabilmente in fondazione evidentemente cercherei la competenza. Un'altra cosa che con noi ha funzionato molto bene è puntare sulla formazione costante. Abbiamo cambiato la nostra attività e le persone che sono all'interno hanno avuto l'opportunità in questo tempo di formarsi per accompagnare questo percorso della nostra organizzazione e quella è una cosa altrettanto importante rispetto a selezionare nuovi ingressi.

Luisa Adami, *vicepresidente Fondazione Ronald McDonald*

Le persone che lavorano all'interno della fondazione hanno alle spalle esperienze importanti sia in azienda sia nel Terzo settore. Il loro background professionale individuale e amalgamato rappresenta per noi un patrimonio di conoscenze e competenze per perseverare nei nostri obiettivi e portare avanti i nostri valori. La professionalizzazione del Terzo settore riguarda tutti. È importante portare nelle realtà non profit strumenti, processi e conoscenze del profit per obiettivi più grandi e impatti più efficaci.

Francesco Frattini, *segretario generale di Fondazione Roche*

La nostra è una struttura snella. E l'organico che fa capo direttamente alla fondazione è limitato. Ad oggi ci sono una presidente, un direttore e un segretario generale, che però non sono dedicati al 100% a questa attività e una persona che segue la parte amministrativa. Ma riusciamo a lavorare e gestire i nostri diversi progetti grazie al supporto, l'expertise e le risorse messe a disposizione dai soci fondatori. Abbiamo stipulato con loro dei Service Level Agreement, che ci permettono di utilizzare le figure professionali che lavorano per Roche Italia anche per le attività di Fondazione Roche. Figure che ad oggi hanno più un background tecnico che filantropico. È chiaro che in futuro dovremmo rivolgerci a persone con competenza specifica nel campo filantropico o della responsabilità sociale d'impresa, anche perché sta crescendo il valore economico destinato ai progetti: nel 2022 abbiamo devoluto circa 1,7 milioni di euro.

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :43;44
SUPERFICIE :181 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

Silvia de Blasio, *dir. Comunicazione Corporate e Fondazione Vodafone*
◆ Credo che oggi come oggi chi guida una fondazione debba avere competenze specifiche, non solo nell'analisi dei bisogni, ma anche nella gestione delle risorse economiche, deve possedere forti competenze digitali, nonché capacità di analisi dell'impatto dei progetti sulla vita delle persone.

Maria Cristina Ferradini, *ceo Fondazione Amplifon*
◆ La nostra esperienza è mista: le competenze all'interno della fondazione sono quelle che servono alla fondazione stessa. Nel mio caso, per esempio, era necessaria una figura dirigenziale che avesse competenze di gestione strategica e operativa nel campo della filantropia, così mi hanno trovata attivando una ricerca. Allo stesso modo l'individuazione delle altre risorse è avvenuta a seguito di una valutazione circa le figure necessarie: la seconda a essere arrivata è una persona che viene da un'importante organizzazione non profit, ActionAid, e ha una lunga esperienza nel campo. Per individuare la risorsa più junior, che ci serviva nel campo della comunicazione e che non trovavamo nel settore del non profit, abbiamo prediletto le capacità, ma anche l'inclinazione e il desiderio.

Francesca Magliulo, *direttrice Fondazione Eos*
◆ La fondazione si è ingrandita, nel giro di appena due anni dalla sua nascita. Il team di partenza era formato da persone interne all'azienda più o meno formate su questi temi, ma con una forte vocazione sociale, praticata nel tempo libero e poi valorizzata e rafforzata iniziando a lavorare nella fondazione. Ma ci siamo subito resi conto che era necessario allargare il team per fare spazio a persone con diverse e nuove competenze, specie sui temi dell'educazione e della progettazione sociale. È per noi molto importante che il nostro contributo e i nostri sforzi vadano in questa direzione in termini di cultura imprenditoriale, di visione, di strategia, pianificazione e, soprattutto di sostenibilità dei progetti.

Maria Luisa Parmigiani, *direttrice Fondazione Unipolis*
◆ Al momento abbiamo tre linee di attività, ma gli assi tematici cambiano a seconda del piano triennale che viene stabilito periodicamente. Per questo motivo non cerchiamo tanto esperti in un settore o in un altro, ma dei progettisti: quello che ci interessa è che i nostri *program officer* siano capaci di gestire una progettualità sociale. Per noi, infatti, più che le erogazioni, è importante quanto sviluppiamo al nostro interno, attraverso attività proprie.

Laura Colombo, *segretario generale Banco dell'Energia*
◆ Tra gli impegni di A2A nella costituzione della fondazione c'era anche la messa a disposizione di risorse a costo zero per Banco dell'Energia individuate all'interno dell'organico dei propri dipendenti, particolarmente interessate alle tematiche sociali e, da subito, impiegate nelle numerose attività di gestione e sviluppo dei progetti.

Davide Triacca, *segretario generale Fondazione Costa*
◆ Nel nostro team ci sono persone che sono state selezionate tra i dipendenti Costa rispetto all'effettivo bisogno della fondazione, ma soprattutto rispetto alle competenze che oggi richiede la filantropia strategica.

Emma Ursich, *segr. gen. The Human Safety Net*
◆ Ci piace mescolare: noi abbiamo nei nostri team persone che provengono sia dal mondo del profit che del non profit. In particolare, nei programmi, tutti hanno avuto esperienze pluriennali sul terreno, anche all'estero, nelle onlus o nelle fondazioni. Per noi questo è importante, perché permette di lavorare meglio, di mettersi nei panni di chi sta dall'altra parte e di individuare più facilmente i bisogni, non solo in termini di fondi, ma anche di capacity building.

Antonio Danieli, *vicepresidente e dir. gen. Fondazione Golinelli*
◆ La scelta delle persone è fondamentale, però, ancora più che il background, è fondamentale "la pasta" di cui è fatta la persona: motivazione, passione, creatività, capacità di ascolto, resilienza, capacità di gestire l'imprevedibilità, la complessità e di fare connessioni multi-disciplinari, l'etica e la responsabilità.

Elisabetta Falck, *presidente Fondazione Alia Falck*
◆ La scelta delle persone che stanno contribuendo alla costruzione del nuovo corso della fondazione è recente. Da subito è stato coinvolto un direttore generale con esperienza nella gestione di società e con background legato ad attività ambientali. Quindi due persone, una proveniente dal mondo dell'innovazione sociale e della rigenerazione urbana ed esperienze previe nel fundraising; e l'altra con una solida esperienza in ambito di comunicazione, relazioni pubbliche e istituzionali.

Maria Cristina Alfieri, *direttrice Fondazione Conad*
◆ Quando è nata la fondazione ovviamente si è cercata subito una figura direttiva e mi è stata proposta la direzione, io ho un background giornalistico, ho diretto per oltre 20 anni un gruppo editoriale, il gruppo Food, che è un po' il punto di riferimento dell'industria agroalimentare italiana, a un certo punto avevo fatto una scelta di vita e avevo deciso di mettere le mie competenze al servizio del Terzo settore e quindi sono andata a dirigere una startup sociale che si chiama Next e che si occupa di inclusione lavorativa di persone fragili, in un anno e mezzo siamo riusciti a inserire in ambito lavorativo oltre 200 persone.

Rita Ruffoli, *direttrice di Fondazione San Zeno*
◆ La nostra è una piccola squadra: una direttrice e un ufficio di cinque persone scelte fuori dall'azienda. Abbiamo professionalità, competenze e ruoli specifici — area progetti, area comunicazione, area amministrazione—, ma siamo interconnessi e pronti a collaborare in maniera trasversale.◆

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :48;49
SUPERFICIE :171 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

4 MODELLO

QUAL È IL VOSTRO MODELLO DI FONDAZIONE? COME È STATO SCELTO?

Silvia de Blasio, *dir. Comunicazione Corporate e Fondazione Vodafone*

La fondazione è nata nel 2002 dalla volontà di Vittorio Colao, allora ad dell'azienda che successivamente, nel suo ruolo di ceo del Gruppo Vodafone, ha replicato il modello in tutti i Paesi. La fondazione, nel tempo, ha attraversato varie fasi in termini strategici e operativi, passando da un modello di pura erogazione a un modello progettuale proprio. Oggi al centro della strategia della fondazione, in coerenza con la trasformazione digitale della società, c'è proprio l'utilizzo della tecnologia al servizio del sociale. Il digitale è una leva fondamentale per abbattere divisioni, trovare soluzioni condivise per le comunità, migliorare la vita delle persone e condividere competenze per progettare un mondo più equo e sostenibile.

Luisa Adami, *vicepresidente. Fondazione Ronald McDonald*

Il nostro è un modello attivo in oltre 60 Paesi nel mondo e guidato dalla casa madre Ronald McDonald House Charities, con sede a Chicago. La missione in ogni Paese è la medesima, così come il tipo di programmi: *Casa Ronald* e *Family Room*. Ogni Paese ha poi sviluppato le attività secondo i bisogni, le opportunità, il sistema sociosanitario del Paese stesso. Siamo un unicum nel panorama delle fondazioni corporate italiano: siamo operativi nell'accoglienza in prima persona per realizzare la missione stessa. I fondi sono impiegati nei nostri progetti e non abbiamo attività erogativa verso terzi.

Simona Torre, *dir. gen. Fondazione Italiana Accenture*

La fondazione di Accenture in Italia esiste da oltre vent'anni, ed è stata voluta e creata, all'inizio degli anni 2000, con l'idea di perseguire in modo focalizzato e indipendente i valori più rilevanti per la Corporate, in un'ottica di restituzione e responsabilità sociale. All'inizio degli anni 2000 il mondo era infinitamente diverso da come è oggi, quindi va da sé che nel tempo la fondazione ha cambiato pelle più volte in termini di modalità operative e di strumenti utilizzati, rimanendo comunque fedele a due pilastri del sistema valoriale di Accenture: l'accesso equo alla formazione e al lavoro.

Michele Crisostomo, *pres. Enel ed Enel Cuore onlus*

L'idea alla base delle nostre azioni è quello di "aiutare chi aiuta" creando delle vere e proprie partnership con le organizzazioni del Terzo settore con cui collaboriamo per realizzare insieme dei progetti che siano efficaci, replicabili, scalabili e sostenibili nel tempo. Cerchiamo di lavorare in sinergia con altre fondazioni ed enti erogatori perché crediamo che fare rete possa moltiplicare l'impatto ed i risultati che si ottengono. Ci piacerebbe inoltre che, attraverso il Terzo settore, si creassero dei modelli virtuosi di azione nel sociale che poi possano essere fatti propri dal pubblico. Enel Cuore nasce 20 anni fa e naturalmente nel corso degli anni si è adattata a un contesto socioeconomico in continuo cambiamento cercando di rispondere ai bisogni più significativi che si sono manifestati nel corso degli anni. A titolo di esempio un impegno importante è stato profuso nel momento della pandemia a sostegno delle organizzazioni che erano in prima linea nella lotta al Covid19. Oggi il bisogno più significativo che stiamo seguendo è quello dell'aumento esponenziale della povertà che ormai interessa quasi due milioni di persone nel nostro Paese, come evidenziato dal *Rapporto Caritas*.

Sandro Veronesi, *presidente Fondazione San Zeno*

Nella scelta del nome c'è una forte rappresentatività della nostra identità: il nome di un santo, non siamo un ente religioso. Non sappiamo se questa cosa cambierà in futuro, ma fino ad ora non ci siamo sentiti né una fondazione d'impresa, né una fondazione di famiglia. Siamo un ibrido, a metà strada tra queste due classificazioni.

Cardenia Casillo, *presidente Fondazione Vincenzo Casillo*

La Fondazione Vincenzo Casillo si fonda al momento su un modello ibrido che opera sia sostenendo enti e progetti esterni, sia sviluppandone di nuovi che spesso tengono conto di esperienze virtuose mutuate da altri partner filantropici ma personalizzati sui territori a cui sono

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :48;49
SUPERFICIE :171 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

destinati. Questo modello è frutto di un'analisi sia dei bisogni dei territori sia delle buone prassi in Italia.

Francesca Campora, *direttrice Fondazione Edoardo Garrone*

◆ All'inizio puoi avere un'idea di partenza sui primi passi da muovere, i primi obiettivi e la tua identità iniziale. Dopo di che tutto questo è messo alla prova del contesto, alla prova dei fatti. In alcuni casi abbiamo abbandonato alcune attività perché vedevamo che al di là della fascinazione iniziale, non generavamo niente di veramente significativo come invece avremmo voluto e quindi abbiamo avuto anche il coraggio di abbandonare dei progetti, di dire non è questa la linea in cui possiamo dare il meglio e di metterci a studiare per essere più precisi, più mirati, più efficaci

Maria Cristina Ferradini, *ceo Fondazione Amplifon*

◆ L'obiettivo ultimo, quando sono entrata nella fondazione, era l'inclusione sociale. Il modello l'abbiamo costruito affinandolo nel tempo. Abbiamo sviluppato in itinere anche la cultura e la sensibilità; il particolare affetto per gli anziani, per esempio, l'abbiamo scoperto vivendo. È stato un bel percorso, costruire da zero una fondazione in una comunità che ne sentiva il bisogno ma non ne aveva mai fatto esperienza. La formula che ne è emersa è quella di una fondazione operativa (i.e. no grant-making) che opera anche in partnership e attraverso formule di co-progettazione dei propri interventi. Anche i volontari sono per noi un asset strategico, e abbiamo imparato a ascoltarli e coinvolgerli.

Francesca Magliulo, *direttrice Fondazione Eos*

◆ Siamo nati da poco e abbiamo avuto la fortuna di poterci strutturare secondo la visione ereditata dall'esperienza nella divisione sostenibilità, grazie alla fiducia che abbiamo avuto da parte dell'azienda. Non volevamo essere una semplice fondazione di erogazione, quindi ci siamo interrogati su che cosa volesse dire per noi innovazione sociale. In un primo momento, abbiamo pensato che il modello fosse legato ai contenuti e alle attività, ma poi abbiamo realizzato che il nostro modello è il nostro modo di lavorare: accompagnare in modo attivo e con continuità le associazioni lungo tutte le fasi del progetto, in una logica di mutuo apprendimento, mettendo insieme le mani in pasta per comprenderne la complessità e promuovere un approccio di lungo termine grazie all'attivazione di reti.

Antonio Danieli, *v.pres. e dir. gen. Fondazione Golinelli*

◆ Il modello è in continuo adattamento evolutivo nel corso di 35 anni di vita. Fin dall'inizio Golinelli voleva aiutare le giovani generazioni a crescere e a formarsi per avere opportunità che ne ripagassero l'impegno ed il talento. Il grande punto di partenza è stata dunque la scuola. Per competere sui quadranti di sviluppo e competizione internazionale a cui è chiamato il Paese per il futuro, dunque la fondazione si deve necessariamente occupare oggi anche di orientamento, ricerca, trasferimento tecnologico, innovazione, nascita, crescita e sviluppo di nuove imprese, *open innovation* e *venture capital*.

Maria Luisa Parmigiani, *direttrice Fondazione Unipolis*

◆ La nostra è una fondazione anziana, per essere in Italia: è nata nel 1989. All'inizio operavamo più come una società di servizi alla comunità, facevamo educazione stradale. Poi c'è stato un reindirizzo importante nel 2010, che ha rivisto il modello di fondazione, ampliando le attività e la sfera di influenza alla cultura e alle problematiche sociali, come la legalità e il lavoro. L'ultimo cambio c'è stato tre anni fa, quando abbiamo mutato nome e iniziato a vederci come un soggetto che, attraverso le competenze proprie e dei soci, potesse costituire un abilitatore dei processi di cambiamento, soprattutto nel Terzo settore.

Laura Colombo, *segr. gen. Banco dell'Energia*

◆ Il progetto è nato da una proposta emersa nel 2015, durante il primo "ForumAscolto" multistakeholder di A2A, con l'obiettivo di "catturare" le specificità delle singole comunità in cui opera. È emersa la necessità di trovare una soluzione al crescente problema della nuova povertà non registrata e, tra le idee più interessanti, la proposta del progetto Banco dell'Energia, che prevedeva la donazione di kWh simbolici di energia elettrica o metri cubi standard di gas a persone in temporanea difficoltà economiche, si è dimostrata la più innovativa.

Davide Triacca, *segr. gen.Fondazione Costa*

◆ Siamo nati come fondazione erogativa e ogni anno quindi pubblicavamo un bando a tema per individuare i progetti su cui investire. Questo modello si è poi evoluto nel tempo, sia grazie alle competenze che abbiamo acquisito sia perché abbiamo capito quello che sappiamo fare meglio. Il cambio di rotta è avvenuto con *Guardiani della Costa*, il nostro progetto di educazione ambientale e *Citizen Science* per le scuole, tutto gestito da noi direttamente e tramite il supporto di tanti partner. Oggi siamo un ente del Terzo settore che realizza e supporta iniziative finalizzate a generare un cambiamento sociale duraturo.

Emma Ursich, *seg. gen. The Human Safety Net*

◆ Su questo tema dobbiamo molto al nostro management, che ci ha dato l'opportunità di riflettere, partendo da quello che fa Generali, che si occupa delle persone e le aiuta nella realizzazione dei propri sogni, su quello che può essere il nostro impegno e di essere ambiziosi nel farlo. Con Simone Bemporad abbiamo lavorato insieme a tutta la comunità di Generali per rendere reale e concreta questa visione della rete di persone che aiutano persone.

Enrico Falck, *consigliere Fondazione Alia Falck*

◆ A partire dalla metà del 2022, principalmente grazie al cambio dell'assetto legato al patrimonio disponibile, la fondazione ha mutato forma e anche modo di operare. Siamo passati infatti dall'avere a disposizione parte dei dividendi annuali legati al funzionamento operativo della società di famiglia, alla presenza di un patrimonio stabile su cui contare.

Maria Cristina Alfieri, *direttrice Fondazione Conad*

◆ I soci fondatori hanno deciso di dotarsi di una fondazione e ovviamente di seguire tutte le regole e le procedure previste dalla Riforma del Terzo settore, hanno subito fatto in modo che questa fondazione fosse riconosciuta come ente del Terzo settore — Ets e quindi iscritta al Registro unico - Runts. ◆

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE : Italia
PAGINE :45;46;47
SUPERFICIE :232 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► **1 aprile 2023**

IN *CORPORATE* SANO

Rigenerazione urbana, inclusione, educativa di strada, accoglienza, Neet, anziani: quando l'azienda scende in campo

1. Un'immagine del Progetto Sport per tutti, promosso nel quartiere Sant'Andrea di Novara da Fondazione De Agostini

Tutti i diritti riservati

PAESE :Italia
PAGINE :45;46;47
SUPERFICIE :232 %
DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.
► 1 aprile 2023

2

3

5

6

7

Tutti i diritti riservati

PAESE :Italia
PAGINE :45;46;47
SUPERFICIE :232 %
DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.
► 1 aprile 2023

2. Attività dal Programma per i rifugiati di The Human Safety Net
3. Una lezione di Fondazione Golinelli
4. "Insieme per i bambini di Antoniano", progetto sostenuto da Enel Cuore per percorsi di autonomia per minori fragili

5. Una volontaria in una Casa Ronald
6. I partecipanti al progetto ReStartApp di Fondazione Garrone
7. Una lezione di Banco dell'Energia.
8. Uno spettacolo di piazza di Fondazione Casillo in Puglia
9. Un volontario di Fondazione Amplifon che assiste a un concerto con un'ospite di una residenza sanitaria assitenziale a Milano

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :52;53
SUPERFICIE :162 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

6 PROGRAMMI

COINVOLGETE ENTI DI TERZO SETTORE? E COME LI INDIVIDUATE?

Silvia de Blasio, *dir. Comunicazione Corporate e Fondazione Vodafone*

◆ Prevediamo sempre il coinvolgimento del Terzo settore, che sosteniamo attraverso erogazioni a fronte di progetti in linea con la nostra missione e le nostre aree di intervento. Individuiamo le realtà sul territorio a più alto impatto sociale, sia attraverso la ricerca diretta sia attraverso la valutazione e la selezione di proposte spontanee da parte degli enti del Terzo settore.

Michele Crisostomo, *pres. Enel ed Enel Cuore onlus*

◆ Non operiamo direttamente, siamo un'associazione che opera a sostegno delle più importanti realtà del Terzo settore con le quali condivide principi e visione, attraverso un impegno economico e il monitoraggio continuo dello sviluppo dei progetti. Oltre alla rete di relazioni costituita negli anni, abbiamo avviato un canale diretto per accogliere nuove proposte progettuali con l'obiettivo di avvicinare ancora più operatori al nostro mondo, accelerando i tempi di realizzazione delle iniziative. È possibile farlo direttamente dal portale di Enel Cuore attraverso una sezione specifica che delinea le linee guida essenziali per le schede progetto, uno strumento che si è rivelato molto importante in questi anni. Possiamo ritenerci soddisfatti del percorso fatto fino ad oggi: più di 900 progetti realizzati e oltre 100 milioni di euro erogati. Un impegno che genera valore e contribuisce alla creazione di un presente e un futuro sostenibile, con l'ambizione di fare sempre meglio nei prossimi anni.

Cardenia Casillo, *presidente Fondazione Vincenzo Casillo*

◆ Prevediamo il coinvolgimento di altri enti del Terzo settore che individuiamo attraverso una mappatura del territorio costante. Abbiamo inoltre implementato una rete di enti non profit attraverso il progetto *Buon Campo*, che si pone l'obiettivo di creare collaborazione e cooperazione attraverso un sistema premiante che incentiva la formazione continua e il raggiungimento di obiettivi comuni in un territorio dove troppo spesso le buone prassi sono frammentate e non valorizzate.

Maria Cristina Ferradini, *ceo Fondazione Amplifon*

◆ Questo è un punto delicato; noi abbiamo le nostre idee, una visione chiara, che però non vuol dire statica: è stabile ma in evoluzione. Da un lato siamo stati una fondazione nuovissima e quindi anche guardata con prudenza. Dopo tre anni ci siamo fatti conoscere un po' di più e quindi c'è un interesse e una fiducia maggiore nei nostri confronti. Questo ci permette di aprirci, di avere interlocutori più noti e affermati. Realtà con più esperienza di noi ci stanno chiedendo di provare a ragionare insieme e questo significa allargare il nostro perimetro e la nostra azione. Abbiamo dovuto dimostrare di saper fare le cose e di saperle fare bene. Non intendiamo però allontanarci troppo da quella che è la nostra sensibilità. Quindi vogliamo fare un passo alla volta, nel modo più maturo possibile. Questo significa anche fare una programmazione progressiva, non perché non vogliamo averla, ma perché vogliamo farla in modo corretto. Sono le persone che costituiscono la fondazione che hanno costruito insieme questo progetto: sono le sensibilità che si uniscono, si evolvono, si intrecciano con gli altri interlocutori dell'azienda e questo deve rimanere l'animus che ci guida.

Francesca Campora, *direttrice Fondazione Edoardo Garrone*

◆ La formazione è al cuore di tutto quello che facciamo. Vogliamo formare le giovani generazioni, far crescere i nostri beneficiari e tramite loro le comunità di riferimento. L'idea è far crescere le piccole organizzazioni del non profit in termini di competenza. Importantissima è l'alleanza nel fare, nel portare avanti determinati obiettivi d'impatto e collaborare con chi già sta facendo qualcosa negli ambiti che sono di nostro interesse. Non c'è bisogno di essere i primi, l'importante è apportare qualcosa di rilevante, di efficace nel momento giusto, nel posto giusto.

Simona Torre, *dir. gen. Fondazione Accenture*

◆ Per noi è fondamentale, nell'affrontare qualsiasi progetto partire dal chiederci quali soggetti ingaggiare per permetterne

Tutti i diritti riservati

VITA

PAESE :Italia
PAGINE :52;53
SUPERFICIE :162 %

DIFFUSIONE :(45000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2023

lo sviluppo avendo già in sé le componenti necessarie alla sua riuscita. Intendo soggetti diversi tra loro, perché è questa diversità che genera la complementarità di ciò che ognuno può portare. Un esempio è Ready for IT, programma di formazione IT e di accompagnamento all'inserimento lavorativo rivolto ai giovani Neet italiani e a migranti e rifugiati (afghani e ucraini) orchestrato da Fondazione Italiana Accenture e sui contributi concreti e indispensabili di enti del Terzo settore, di altre fondazioni e di aziende. E la rete dei partner continua a crescere.

Francesca Magliulo, *direttrice Fondazione Eos*

◆ Tempo fa, come Edison, avevamo un bando che si chiamava prima "Edison start" e poi "Edison pulse" in cui accompagnavamo le imprese sociali e gli Ets in un percorso di accelerazione di progetti selezionati. Ci siamo resi conto, così, che anche quando su carta i progetti si presentano immediatamente interessanti, la differenza decisiva per la loro messa a terra è legata all'impegno e al lavoro che ci mettono le persone, singole e in team. Così, nella scelta dei nostri partner ci basiamo sulla reciproca conoscenza, sugli obiettivi condivisi, sulla modalità di lavoro e sulla visione. All'inizio abbiamo avuto dei consigli e delle indicazioni dal comitato scientifico, ma stanno nascendo delle nuove collaborazioni, complice la crescita della nostra rete.

Francesco Frattini, *segretario generale di Fondazione Roche*

◆ Quando parliamo di co-creazione ovviamente facciamo riferimento anche alla realtà del Terzo settore. Per Roche le associazioni di pazienti rappresentano una risorsa straordinaria per la cura della persona, per questa ragione la fondazione ha anche indetto il bando "Fondazione Roche per i pazienti" per sostenere i progetti delle associazioni che favoriscono una migliore qualità della vita e gestione della patologia.

Luisa Adami, *vicepresidente Fondazione Ronald McDonald*

◆ Riteniamo sempre più importante coinvolgere enti filantropici nel nostro operato. Oltre a Fondazione Ronald, McDonald's è impegnata anche in altri progetti di comunità. Come, ad esempio, l'iniziativa "Sempre aperti a donare" — quest'anno giunta alla sua terza edizione — e realizzata grazie a partner sociali come Banco Alimentare e Comunità di Sant'Egidio.

Antonio Danieli, *v.pres. e dir. gen. Fondazione Golinelli*

◆ Lavoriamo in rete ed in partnership con oltre 150 tra istituzioni filantropiche, centri di ricerca e università italiane, imprese e istituzioni locali e nazionali. Lavoriamo sui progetti con i partner privati con cui abbiamo maggior affinità in termini di visione e di obiettivi. Di contro, in termini strategici e programmatori, è imprescindibile il lavoro con le istituzioni: comuni, regioni, ministeri, scuole e università. Lavoriamo non "per loro", ma "con loro" per la nostra società. La programmazione di lungo periodo è essenziale. Non avviamo mai collaborazioni che non abbiano uno sguardo come minimo triennale.

Emma Ursich, *segr. gen. The Human Safety Net*

◆ Siamo partiti nel 2017 e adesso siamo presenti in 26 Paesi e abbiamo 77 partner. Sono quasi tutti con noi fin dall'inizio, perché l'idea è di conoscersi, di non lavorare per bandi: insieme ai colleghi sul territorio cerchiamo di capire chi, all'interno della comunità, è già posizionato in quello spazio in cui vogliamo entrare, che tipo di lavoro sta facendo e come possiamo essere utili. Di solito è un percorso che si fa assieme: i nostri contratti di filantropia durano tre anni e stabiliscono, assieme alla donazione, anche accompagnamento.

Davide Triacca, *segr.gen. Fondazione Costa*

◆ Collaboriamo sia coinvolgendo enti del Terzo settore sia direttamente in autonomia o con supporto di partner. Nel primo caso l'ente individuato è quello che è più specializzato nell'ambito dell'area/necessità che vuole essere sostenuta. Per esempio, all'interno del *Progetto Assistenza Alimentare* con Comunità di Sant'Egidio, Banco Alimentare, Rete Ricibo, Tafel, ma anche in autonomia, acquistando direttamente dai fornitori della nostra azienda madre il cibo a prezzi calmierati e donandolo dove serve.

Maria Luisa Parmigiani, *direttrice Fondazione Unipolis*

◆ Gli enti non profit con cui collaboriamo sono individuati attraverso due modalità diverse di selezione. Per alcune progettualità abbiamo dei bandi pubblici, ai quali si concorre e si viene giudicati da una giuria esterna; per altre, invece, andiamo a scegliere quei soggetti che, più di altri, ci presentano delle iniziative che si inseriscono all'interno di una logica di *Teoria del cambiamento* e ci permettono di assolvere al meglio al nostro ruolo di abilitatori del cambiamento sociale.

Enrico Falck, *consigliere Fondazione Alia Falck*

◆ Collaboriamo già da tempo con alcune realtà importanti del Terzo settore e nei mesi a venire prevediamo di ampliare il numero di organizzazioni che sosterremo. Accettiamo candidature spontanee di progetti attraverso il nostro sito, che nei prossimi mesi sarà rinnovato e valorizzato per far sì che una più ampia platea di organizzazioni del Terzo settore possa conoscerci e presentarci progetti ed iniziative. Saranno prese in considerazione solo se in linea con le nostre aree di intervento e gli obiettivi statutari.

Maria Cristina Alfieri, *direttrice Fondazione Conad*

◆ Noi non abbiamo una struttura per operare direttamente, quindi pensiamo all'ambito, a una progettualità e poi pensiamo a dei partner del Terzo settore per definire questa progettualità.

Rita Ruffoli, *direttrice Fondazione San Zeno*

◆ Siamo un ente di erogazione, sosteniamo economicamente enti non profit che realizzano iniziative. Enti che coinvolgiamo direttamente, ma non abbiamo mai pensato di dover essere noi a dare l'indirizzo agli interventi. Crediamo che chi lavora sul campo, con le persone, a contatto con i problemi, possa ipotizzare come rispondere alle necessità. Per questo abbiamo scelto di non lavorare per bandi, e di metterci in ascolto continuo, dando l'opportunità ad enti non profit di qualsiasi natura e provenienza geografica di proporre idee e progetti. ◆

Tutti i diritti riservati