

Fiducia e serietà i migliori capitali

di **Antonella Tagliabue***

La trasparenza paga? La risposta è sì, ma nel lungo periodo. Oltre che un dovere morale per chi raccoglie fondi, sia pubblici sia privati, essere trasparenti contribuisce a creare un capitale di fiducia e serietà, valori intangibili ma fondamentali per affrontare le sfide del futuro: trovare donatori fedeli, meglio se grandi.

Ciononostante, le ragioni che spingono a donare sono di diversa natura, in gran parte emotiva: si fa beneficenza per motivazioni collegate alla religione o a valori sociali, culturali e politici, e ancora per il riconoscimento sociale collegato al bene pubblico, per ricompensa e - perché no - per i benefici di natura fiscale. In ogni caso, per le associazioni non profit la credibilità è una moneta da spendere.

In questo senso l'analisi delle realtà più virtuose, esaminate in queste pagine, consente di trarre alcune indicazioni per l'intero settore.

Innanzitutto è auspicabile un generale miglioramento della rendicontazione per quanto riguarda i proventi, naturale conseguenza dei progressi fatti sul fronte delle uscite, ossia per illustrare come vengono impiegati i fondi raccolti. Occorrerebbe una maggiore chiarezza sulla tipologia e le modalità delle donazioni, piuttosto che limitarsi a suddividere i contributi in base ai collegati adempimenti fiscali, contabili e normativi.

Dovrebbero essere, poi, disponibili pubblicamente i bilanci degli ultimi anni, per consentire una valutazione sulle capacità di intervento di lungo periodo.

Ma più di ogni altra cosa è opportuno rendere noti gli obiettivi e le previsioni per il futuro: molte associazioni redigono brevi sintesi dei progetti che intendono sostenere e dei benefici che prevedono di conseguire. Il tutto accompagnato da un generale miglioramento nella capacità di comunicare missione e identità: anche per il non profit cresce, infatti, l'esigenza di creare una condivisione reale di valori con il donatore.

In questo quadro è sicuramente positivo il crescente ricorso a schemi di valutazione comuni e a rating condivisi, strumenti di garanzia non solo per il donatore, ma per gli stessi operatori del settore.

* a.d. *Un-Guru*
società di consulenza strategica