

Non profit. Melandri: “Premiare chi ottiene più risultati e non chi spende meno”

Eliminare le ipocrisie che fanno male alle organizzazioni: “il 76 per cento degli italiani si chiede se quello che viene donato andrà alla causa”. Lo dice Valerio Melandri, docente di Fundraising, che interverrà al convegno Tutta la verità sul non profit

FORLÌ – “Noi viviamo in una società in cui ci sono due pesi e due misure: se il mondo ‘profit’ spende milioni e milioni di euro in pubblicità nessuno dice niente, se il non profit ne spende un millesimo tutti si sconvolgono. Dobbiamo eliminare queste false ipocrisie, che fanno male alle organizzazioni non profit, le quali vanno valutate per i risultati e non per quanto spendono per i costi di gestione”. Lo dice Valerio Melandri, docente di Fundraising dell’università di Bologna, secondo il quale “è necessario sfatare pregiudizi e convinzioni comuni e cambiare mentalità riguardo al non profit, definendo un nuovo paradigma etico e premiando chi ottiene più risultati e non chi spende meno”. Viceversa, spiega il docente, “il rischio è che le organizzazioni vengano amministrate male e non raggiungano gli scopi per cui esistono”. Melandri illustrerà la sua tesi il 18 gennaio a Forlì al convegno “Tutta la verità sul non profit. Come farlo bene, perché si continua a farlo male”, durante il quale verrà inaugurata la XI edizione del Master in Fundraising dell’università di Bologna. All’interno dell’aula Mazzini di corso della Repubblica, oltre a Melandri, altri esponenti del mondo accademico e non solo si riuniranno per discutere del presente e del futuro del non profit in Italia, tra i quali Marco Morganti, (ad di Banca Prossima), Sarah Holloway (docente di Social enterprise alla Columbia university) e Stefano Zamagni (docente di Economia politica all’università di Bologna), che interverranno con uno sguardo anche a nuovi modelli di sviluppo sociale provenienti dagli Stati Uniti, e con lo scopo di “dare maggiore visibilità al settore e dare un contributo per diffondere in Italia la cultura della filantropia come valore civile e etico e per costruire un nuovo paradigma del non profit”.

“Prima di donare soldi a un’organizzazione non profit - spiega Melandri - il 76 per cento degli italiani si chiede quanto di quello che viene donato andrà alla causa e quanto rimarrà all’organizzazione per le spese generali?”. Mentre “soltanto il 6 per cento si chiede se la donazione che ha fatto avrà un effetto positivo sulla risoluzione del problema che l’organizzazione sta affrontando”. Ma “meno spese generali vuol dire meno investimenti e meno investimenti vuol dire meno crescita”. Perciò “bisogna trasformare il pensiero dei donatori riguardo al nonprofit, e occorre lasciare alle organizzazioni maggiore libertà nell’utilizzo dei soldi, in modo che riescano a raccogliere maggiori somme di denaro e non perdano la speranza di risolvere almeno una parte dei problemi che devono affrontare”.

Sarah Holloway parlerà del modello statunitense delle organizzazioni e di come queste agiscono nel mondo. Mentre, Stefano Zamagni commenterà una provocazione uscita sull’Huffington Post, uno dei siti e quotidiani on-line più seguiti al mondo (con articoli firmati da personalità illustri tra

cui Barack Obama, Michael Moore e Hillary Clinton), secondo il quale “il non profit potrebbe rischiare il fallimento”. In realtà, spiega Zamagni, “quello che l’HuffPost denuncia è la prova provata di quanto sia fuorviante e riduttivo il concetto tradizionale di Terzo settore, formulazione che contiene tutte le premesse concettuali che portano a proclamare il rischio di fallimento”. Il nodo da sciogliere, secondo il docente di Economia politica, è che “si torni a concettualizzare l’idea di un Terzo settore produttivo, perché questo non avrebbe bisogno di cercare delle risorse, e anzi sarebbe in grado di garantirsele con le proprie attività”. Ma per Zamagni in Italia ciò non avviene, e “il Terzo settore si è schiacciato sul modello redistributivo, che organizza le proprie attività senza pensarsi come impresa”. La crisi, conclude, “sta accentuando in modo drammatico le difficoltà del non profit impostato su questo modello”. (Giovanni Baiano)

© Copyright Redattore Sociale

Stampa