

Rapporti migliori tra donatori e terzo settore

Bianca Maria Martinelli (Vodafone): «Così seguiremo meglio l'andamento delle iniziative»

di Ida Capiello

Le risorse finanziarie che affluiscono al terzo settore dai privati sono in continua crescita negli ultimi anni: 3,3 miliardi di euro è la stima (prudenziale), elaborata al 2010 dall'Istituto di ricerca sociale, delle donazioni di cittadini e imprese al terzo settore. In questo scenario, la cultura della rendicontazione nel non profit diventa una questione di responsabilità sociale, oltre che di efficienza operativa. Ne è convinta Bianca Maria Martinelli, direttore Affari pubblici e legali di Vodafone Italia. L'azienda, forte di una lunghissima esperienza internazionale di partnership sociali, ha creduto fin dall'inizio nel valore dell'Istituto italiano donazione come strumento importante per irrobustire le organizzazioni della società civile. «La certificazione di eccellenza aiuterà a costruire un rapporto di fiducia stabile nel tempo tra le non profit e i donatori, essenziale per poter guardare oltre il breve termine», dice la Martinelli. «La fiducia si alimenta di trasparenza, che significa rendicontare all'esterno non solo i risultati conseguiti nell'attività sociale, ma anche i processi gestionali che hanno condotto ai risultati stessi. Solo in questo modo emerge la quota di risorse

che va a finire nel risultato, elemento veramente strategico per l'organizzazione».

La rendicontazione di processo è uno degli aspetti sui quali si concentra l'attenzione di Vodafone, sia direttamente sia attraverso la fondazione, nel monitoraggio dei progetti finanziati. Seguire da vicino l'andamento delle iniziative è doppiamente importante per un'azienda come Vodafone, che non è solo donatore in prima persona, ma in numerose occasioni veicola la solidarietà di tanti, attraverso il sistema degli sms. «I due progetti, *Fellow* per i dipendenti e *Segui il tuo euro* per il pubblico, danno l'opportunità a chi lo desidera di verificare personalmente i risultati dei progetti ai quali ha contribuito», prosegue Bianca Maria Martinelli.

Altro compito dell'Istituto italiano donazione, secondo Vodafone, è la realizzazione di piani strategici per le organizzazioni non profit. «Vale la pena di investire una quota delle proprie risorse per un business plan di medio termine, ad esempio, oltre la durata del finanziamento che si è ricevuto», conclude la Martinelli. «La Fondazione Vodafone ha accumulato molta esperienza in questo campo e potrà essere un punto di riferimento anche per l'Id».