

F Innovazione | Sociale | Evoluzione

Il potenziale digitale delle non profit

Open data, equity crowdfunding e social lending: le leve contenute nella recente riforma del terzo settore

di **Alessia Maccaferri**

Con le loro mani i ragazzi fanno piccoli oggetti in ceramica, una mamma cuce il tessuto, i volontari aiutano nel confezionamento. E le bombiniere dell'associazione il Piccolo Principe di Ancona viaggiano in tutta Italia, sostenendo così la piccola onlus. «Quando sono stato assunto nel 2014 c'era solo un blog su Wordpress - spiega Stefano Piardi, fundraiser dell'associazione - Poi ci siamo dotati di un sito e grazie alla collaborazione con Techsoup ci siamo iscritti al programma Google for non profit». Hanno beneficiato dei 10mila euro di inserzioni pubblicitarie online di AdGrants. E così - con 188mila accessi al sito dal 2014 - le bombiniere arrivano sui banchetti di nozze, cresime e battesimi, sostenendo - sotto forma di donazioni - le attività a favore dei disabili e delle loro famiglie. Non solo: la campagna con AdGrants ha conquistato donatori anche per altre occasioni come il 5 per mille, ha accresciuto la visibilità della onlus e stimolato nuove idee nell'associazione.

Come gli amici del Piccolo Principe, la maggior parte delle organizzazioni non profit (onp) in Italia sono di piccole dimensioni. E, impegnate come sono nelle loro attività, spesso la voglia di innovare è affidata più alla buona volontà dei singoli che a una scelta condivisa. Considerando un universo privilegiato cioè quelle che hanno una maggiore visibilità - le prime 500 onlus beneficiarie del 5 per mille - una ricerca condotta da Search On Media Group e Web Marketing Festival rileva aspetti interessanti. Tutte hanno un sito web e il 77,2% ha almeno un account su social network linkato dalla home. Prevalgono Facebook (74,8%) e Twitter (56,4%), seguito da Instagram (21,8%). Nella top ten è buona anche la presenza di LinkedIn (che arriva al 30%). Appena 13 onp su cento hanno un sito web sicuro, 61 hanno una versione fruibile da mobile e 38 soddisfano standard minimi di accessibilità per un ipovedente. La situazione peggiora se il focus si restringe alle associazioni di volontariato, come ben si nota dalle grafiche accanto. «Nonostante gli enti del ter-

zo settore abbiano fatto tantissimi passi in avanti sul digitale, ciò non è ancora sufficiente - spiega Cosmano Lombardo, ceo di Search On Media Group - il digitale dovrebbe essere sfruttato non solo per migliorare processi esistenti, ma per contribuire alla trasformazione delle organizzazioni».

Oltre a garantire visibilità il digitale è una leva fondamentale per la raccolta fondi, per raccontarsi al meglio e rimanere in contatto con la propria community (donatori, volontari, operatori, partner di progetto). E per le onp più avanzate significa co-costruire servizi, dal welfare alla sharing economy. A fare ben sperare arriva la riforma del terzo settore approvata nei mesi scorsi. «L'istituzione di un registro unico per tutte le organizzazioni, accessibile a tutti "in modalità telematica" (come recita il Codice ndr.) avrà certamente una ricaduta positiva sul lato web. Le onp dovranno mettere a disposizione i propri dati e informazioni e questo sarà uno stimolo a presidiare il web in modo continuo» spiega Valeria Vitali, co-fondatrice di Rete del Dono, piattaforma di crowdfunding per il non profit. Un saggio dell'utilità dei dati accessibili si può vedere sul sito www.open-cooperazione.it. Il progetto mappa 200 organizzazioni non governative e da pochi giorni anche le aziende attive nella cooperazione. «Prima ciascuna ong rendeva pubblici i dati che voleva - spiega Elias Gerovasi, coordinatore del progetto - Ora con standard comuni è possibile fare confronti, elaborare analisi aggregate, studiare le tendenze. E questo diventa importante per l'accountabi-

lity». Gli open data del non profit sarebbero utili per accrescere la reputazione. Ma anche come strumento per progettare gli interventi, come già accade su piattaforme internazionali come Humanitarian Data Exchange.

«Con l'istituzione del registro unico l'obiettivo trasparenza è stato raggiunto - spiega Roberto Randazzo, docente di social innovation al Politecnico di Milano - Resta più incertezza sull'equity crowdfunding dove chi investirà nelle imprese sociali avrà la possibilità di portare in deduzione o in detrazione del 30% sulle somme investite (entro limiti prefissati ndr.) Il dubbio è se questo meccanismo, per le imprese sociali costituite in forma societaria, assieme alla possibilità di distribuzione degli utili fino al 50% l'anno, sia ritenuto allettante per gli investitori, considerata l'entità del vantaggio economico derivante dall'investimento e se rappresenterà un meccanismo attraente per quegli investitori che possono davvero scalare i progetti».

Se l'interesse da parte di investitori forti è ancora da verificare sul mercato, sembrano invece positivi i segnali da parte dei piccoli. «Quando ci sono progetti sociali solidi l'investitore ha un occhio di attenzione particolare» spiega Tommaso Baldissera, ceo di Crowdfundme, piattaforma di equity crowdfunding - Soprattutto l'ambito green in questo momento va per la maggiore». Baldissera racconta - ad esempio - di Glasso Power, spinoff dell'Università di Milano Bicocca che produce finestre trasparenti che funzionano da pannelli fotovoltaici. In dieci giorni ha raccolto 183mila euro in equity da 54 investitori.

La riforma del terzo settore incentiva anche il social lending, il prestito di denaro a fini sociali, grazie a una imposta sostitutiva del 12,5% sugli interessi percepiti. «Nella nostra esperienza, l'incentivo per prestare risorse a tasso zero - spiega Marco Morganti, amministratore delegato di Banca Prossima che ha creato Terzo Valore, piattaforma di social lending rivolta al terzo settore - è il progetto stesso, che piace ed è valido. Non mi aspetto che chi presta lo faccia per le agevolazioni fiscali introdotte dalla riforma, ma questa può comunque servire ad innalzare l'attenzione degli investitori comuni che non vogliono assumersi un rischio». Dal 2011 circa 9,1 milioni di euro sono stati raccolti con PrestoBene (prestito sociale), 1,6 attraverso il dono e 3,3 raccolti a tasso zero da 858 prestatori; la quota restata sono crediti erogati da Banca Prossima. In tutto sono stati pubblicati un centinaio di progetti. «Avrei voluto raccontarne 5mila - dice amareggiato Morganti - male organizzazioni non profit fanno fatica, rispetto al credito, a lasciare la via vecchia per quella nuova».



MILANO Efficienza, grado di apertura, sostenibilità: quali sono i criteri coi quali i donatori possono orientarsi tra le informazioni delle onlus.

P Impatto | Partecipazione | Mutualismo

Piattaforme inclusive aperte che rigenerano servizi e modelli

Vesta coinvolge i cittadini per accogliere i rifugiati, Smart associa i freelance

di **Paolo Ventura**

Partecipare, donare e cooperare costituiscono da sempre il "codice sorgente" del terzo settore. Oggi, questo nucleo di principi e paradigmi è impattato non solo da un contesto normativo che, per la prima volta, disegna un diritto e un codice del non profit, ma soprattutto dalla trasformazione radicale dei meccanismi di produzione del valore sociale in seguito all'emersione di nuove motivazioni e bisogni. Basta osservare la tendenza di oltre tre milioni di volontari che "donano" tempo e risorse in percorsi individuali distanti dalle organizzazioni, oppure la crescita repentina di una generazione di imprese sociali che ridefiniscono il mutualismo intorno a luoghi e scambi in cui la dimensione di "senso" è centrale e che trovano nella condivisione e nell'impatto sociale il fine.

Dentro questo scenario di trasformazione il 69% dei giovani (dati Swg presentati alle Giornate di Bertinoro) attribuisce valore al terzo settore, fino al punto da preferirlo ad altre forme d'impresa come "modello" su cui innestare nuove forme di economia collaborativa e comunitaria. Per non perdere questa sfida e tradire questa fiducia, però, sarà decisiva l'effettiva capacità di includere i mondi vitali che circolano nella terra di mezzo fra Stato e Mercato e la volontà di effettuare investimenti significativi su hardware e software tecnologici e su competenze e culture digitali. Presupposti questi indispensabili non solo per efficientare processi e per rigenerare modelli di scaling troppo legati a "improbabili" economie di scala, ma per evitare lo svuotamento del valore

sociale ed economico (soprattutto in termini di occupati) di un terzo settore sempre più assediato da istituzioni che fanno del fattore sociale un elemento identitario (per esempio BCorp e Siavs). Nel non profit occorre accelerare una trasformazione dei modelli organizzativi spesso dimenticati e sacrificati rispetto alle finalità che questi perseguono; urge una nuova generazione di piattaforme inclusive a finalità sociale. L'inclusione postula l'apertura: più un'organizzazione è disponibile a conversare con l'esterno, più sarà capace di avvicinare e includere nuovi portatori di interessi e di risorse. Infrastrutture inclusive abilitate dalle potenzialità del digitale, capaci di fare la differenza, di distinguersi per la loro capacità di rigenerare servizi (sempre più standard) e modelli organizzativi (sempre più rigidi). Un esempio viene da Bologna dove è nata la piattaforma Vesta promossa dalla cooperativa sociale Camelot con l'intento di coinvolgere cittadini, coppie e famiglie nell'accoglienza dei

rifugiati ma anche di favorire la nascita di comunità fra cui anche gruppi di acquisto solidale. Oltre a potenziare la qualità e l'ingaggio delle risorse umane le piattaforme saranno sempre più decisive nella competizione sulle risorse (monetarie e non). La riforma del terzo settore infatti, incentiva molto (anche in termini di deduzioni e detrazioni) l'apporto e la contribuzione dal basso sia essa donativa, finanziaria, di capitale o di beni; in questo senso accedere e connettersi a strumenti di crowdfunding o proporsi come piattaforma capace di abilitare relazioni fra gli enti del terzo settore e i possibili donatori e investitori, sarà cruciale. Ma il potenziale delle piattaforme non si gioca solo sul qualificare l'offerta, ma soprattutto sulla capacità di aggregare e socializzare una domanda di consumo e di lavoro sempre più individualizzata. È il caso dell'«Aveare che dice sì», piattaforma che permette a cittadini di riunirsi in un luogo stabile, ritirare i propri ordini e incontrare i produttori agricoli, oppure di EyeOnBuy che attraverso un algoritmo indipendente si propone di misurare il grado di responsabilità delle imprese, aiutando così il cittadino nelle sue scelte di acquisto e incentivando il "voto con il portafoglio". Meccanismi di aggregazione, quelli sulla domanda, fondamentali per cambiare i paradigmi economici orientare le scelte verso economie più comunitarie e sostenibili. Piattaforme cooperative di utenti che come nel caso di È Nostra diventano fornitori elettrici rivendendo ai propri 819 soci locali elettricità rinnovabile oppure come Smart piattaforma mutualistica che, per dare risposte al crescente numero di lavori discontinui, associa freelance e creativi in tutta Europa (oltre 90mila) garantendo loro la liquidazione del proprio compenso il 10 del mese, la gestione delle pratiche burocratiche e previdenziali e la possibilità di accedere ad un ecosistema di opportunità. Esempi questi di istituzioni non profit che vincono la sfida della modernità ricombinando equità e tecnologia e che percorrono sentieri non battuti mossi dal desiderio di generare un cambiamento reale.



MILANO Contro la violenza sulle donne o l'abuso di alcol tra i giovani: le campagne puntano a sensibilizzare sui social. labichino: «Attenzione a non inflazionare l'effetto virale»

LE PIATTAFORME WEB E LA PROPENSIONE DIGITALE

EQUITY CROWDFUNDING
È una modalità online di raccolta di capitale, attraverso la cessione di quote di azienda. Sinora potevano aderire, con una procedura semplificata, solo le startup e le Pmi innovative. La riforma del terzo settore estende questa possibilità anche alle imprese sociali. Lo schema qui sotto è generico e ha alcune caratteristiche particolari desunte dalla piattaforma Crowdfundme presa come esempio

Gli investitori godranno di detrazioni Irpef del **30%** sulle somme investite da privati e deduzione Ires del **30%** sulle somme investite da imprese, entro i limiti previsti dall'articolo 17 del decreto attuativo della riforma del terzo settore

Una startup può dividere gli utili dopo 5 anni dalla costituzione. Nel caso delle Pmi la società può dividere gli utili con i suoi soci sin da subito. Nel caso delle imprese sociali la distribuzione degli utili avrà un limite del **50%** all'anno

| INVESTITORE | SOCIETÀ (IMPRESA SOCIALE) | PIATTAFORMA DI EQUITY CROWDFUNDING |
|---|---|--|
| <p>Pre investimento</p> <p>Si iscrive sulla piattaforma, sceglie l'impresa su cui investire e via bonifico acquista quote o azioni della società prescelta (startup, Pmi innovative e con la Riforma del Terzo Settore le imprese sociali)</p> | <p>Pre investimento</p> <p>Invia la proposta di raccolta e la documentazione economica alla piattaforma</p> | <p>Pre investimento</p> <p>La piattaforma analizza il business plan, la coerenza economica, la fattibilità tecnica del progetto, il mercato e i competitor e decide se aprire la campagna</p> |
| <p>Campagna</p> <p>Investe denaro per acquistare quote o azioni</p> | <p>Campagna</p> <p>Si impegna a comunicare in maniera efficace il progetto e coinvolgere la community online così da raggiungere l'obiettivo assieme al portale, il core business della piattaforma è quello di raccogliere investitori tramite azioni marketing</p> | <p>Campagna</p> <p>Aprire la raccolta di capitali al pubblico per il periodo convenuto con l'emittente. Se il target non viene raggiunto restituisce le quote agli investitori. La piattaforma non gestisce i capitali di terzi ma si limita a comunicare la ricezione degli ordini ricevuti all'intermediario finanziario, il lavoro della piattaforma sta nel promuovere la campagna e anche la startup stessa dando significativi vantaggi non solo in termini di capitali ma anche di marketing</p> |
| <p>Post investimento</p> <p>A campagna chiusa (con il raggiungimento dell'obiettivo di raccolta) l'investitore acquisisce il titolo di socio, venendo iscritto presso il registro imprese nella visura camerale e segue online, attraverso la piattaforma l'andamento della società.</p> | <p>Post investimento</p> <p>Aggiorna gli investitori sullo stato di avanzamento del progetto. Si impegna a svolgere il business plan così come descritto in campagna cercando di far crescere la società nel miglior modo possibile accrescendo così anche il valore delle quote dei nuovi soci (che potranno poi rivendere generando una plusvalenza)</p> | <p>Post investimento</p> <p>Aggiorna gli investitori sull'andamento della società</p> |

SOCIAL LENDING
È una modalità online di raccolta di capitali che vengono prestati da singoli cittadini o da soggetti istituzionali. Generalmente il tasso di interesse è molto basso o pari a zero. Lo schema qui sotto è una esemplificazione che prende come riferimento la piattaforma Terzo Valore di Banca Prossima, specializzata nel terzo settore

L'articolo 78 del codice del terzo settore precisa che i gestori dei portali on-line che svolgono attività di social lending debbano operare, sugli importi percepiti a titolo di remunerazione dai soggetti che prestano fondi attraverso tali portali, una ritenuta del **12,5%**

| L'ORGANIZZAZIONE NON PROFIT | BANCA/PIATTAFORMA | IL SOSTENITORE |
|--|---|--|
| <p>Propone il progetto da supportare finanziariamente a Banca Prossima per le necessarie valutazioni</p> | <p>Valuta i requisiti di ammissibilità (inclusi quelli creditizi) e sostenibilità del progetto e dell'organizzazione e in caso positivo delibera le linee di credito previste</p> | <p>Sulla piattaforma trova i progetti suddivisi per organizzazione, area geografica e ambito dell'intervento e tutte le informazioni necessarie per decidere come e quanto contribuire</p> |
| <p>Fornisce il materiale per la pubblicazione</p> | <p>Pubblica il progetto su terzovalore.com e attiva la raccolta</p> | <p>Si registra sulla piattaforma</p> |
| <p>Si attiva per promuovere la raccolta presso i propri sostenitori</p> | <p>In base all'importo raccolto su Terzo Valore, definisce l'ammontare da finanziare direttamente (minimo 33% dell'importo necessario)</p> | <p>Sceglie il progetto più affine al suo sentire</p> |
| <p>Rendiconta lo stato avanzamento del progetto finanziato</p> | <p>Eroga il proprio finanziamento e rende disponibili gli importi pervenuti dai sostenitori</p> | <p>Indica la somma che si vuole prestare e a che tasso di interesse (tra zero e il livello massimo indicato dall'organizzazione che presenta il progetto)</p> |
| | <p>Si fa carico, in nome e per conto dell'organizzazione non profit, degli aspetti legali e fiscali collegati al finanziamento</p> | <p>Contribuisce tramite bonifico</p> |