



UN NATALE DI VALORE

LE INIZIATIVE DI GENERALI ITALIA E
FONDAZIONE CATTOLICA PER AFFRONTARE
LE SFIDE DEL NON PROFIT

Inclusione e giovani, un sostegno al Terzo settore

Un milione di euro per i bandi "Una mano a chi sostiene" e "People raising 2024" per premiare i progetti che promuovono coesione sociale e per reclutare risorse umane qualificate

di **Antonio Sanfrancesco**

Il non profit ha un valore economico di 84 miliardi di euro l'anno, pari al 4,4% del Pil. Ma è un mondo in rapida evoluzione: un volontariato sempre più "liquido", l'esigenza di capitale umano qualificato, la sostenibilità economica e la partnership con la Pubblica amministrazione e le imprese private impegnate nel sociale. È questa la fotografia scattata dal **Rapporto Terzo settore 2024** realizzato da **Generali Italia** con il coordinamento di **Country Sustainability and Social Responsibility** e della **Business Unit** Enti religiosi e Terzo settore e presentato di recente a Verona nell'ambito della rassegna **Poeti Sociali**, ideata dalla diocesi veronese attraverso la sua **Fondazione Toniolo**.

La riforma sta favorendo il riconoscimento degli enti ma anche la trasparenza della loro gestione. E sta pure rafforzando la collaborazione con la Pubblica amministrazione e con le stesse imprese private. Parliamo di una realtà di **129 mila enti iscritti al Registro Unico**, con **530 mila collaboratori** alle dipendenze e con **2,8 milioni di volontari** (che però sono in progressiva diminuzione). Tuttavia, le potenzialità del Terzo settore sono tutte da sviluppare se consideriamo gli oltre **300 mila** enti non ancora iscritti al Registro, ma abilitati a far-



lo, con **830 mila lavoratori dipendenti e 4,2 milioni di volontari**. Ebbene, per rispondere alle esigenze del presente e del futuro, **Fondazione Cattolica** ha lanciato due nuovi bandi di del valore complessivo di **500 mila euro** ciascuno: il primo, **"Una mano a chi sostiene"**, è un'iniziativa dedicata ai progetti che promuovono inclusione e coesione sociale; il secondo, **"People raising 2024"**, punta a facilitare i processi di selezione di risorse umane qualificate per gli enti.

L'obiettivo di Generali è quello di venire incontro a queste due esigenze sollecitando e sostenendo progetti che rafforzano le competenze e le capacità organizzative e manageriali degli enti che operano nell'area del non profit, come spiega **Piero Fusco**, responsabile **Business Unit** Enti reli-

DALLA PARTE DEI PIÙ FRAGILI

Sopra, i ragazzi del progetto delle scuole-botteghe della Fondazione Le Vele di Milano.

Nell'altra pagina, un gruppo di studenti delle scuole primarie di Biella coinvolti in lezioni di nuoto assieme a persone con disabilità dalla Onlus "Sportivamente". A lato, Piero Fusco durante la presentazione del Rapporto Terzo settore 2024 di Generali Italia lo scorso 19 ottobre a Verona.



giosi e Terzo settore di Generali Italia e vicepresidente Fondazione Cattolica: «Gravemente alle competenze della nostra Business Unit ci mettiamo in ascolto degli enti e dialogando con loro creiamo sinergie per sviluppare percorsi tesi a sensibilizzarli su una giusta ed efficace gestione del rischio che contribuisca alla stabilità e all'efficacia, per una serena conduzione delle pro-

prie attività. Proprio partendo dall'ascolto delle loro esigenze, per stare accanto alle comunità nei territori, tramite la Fondazione Cattolica abbiamo lanciato questi due bandi che rispondono alle priorità del Terzo settore indicate nel Rapporto: il **reperimento di risorse sia dal punto di vista economico, ma anche e soprattutto umano**».

Un altro aspetto emerso dal Rapporto, infatti, è legato al tema del **ricambio generazionale** che molti enti stanno già affrontando. Una delle sfide cruciali per il futuro è quella di mobilitare i giovani. **Gli under 35 impegnati nel volontariato sono solo il 22,8%**. L'indagine evidenzia che la difficoltà nel coinvolgere i giovani è principalmente culturale, perché il Terzo settore appare rimasto legato a motivazioni e modelli organizzativi che non sembrano incontrare le motivazioni, i modelli relazionali e il linguaggio delle giovani generazioni, pur esprimendo valori sociali, ambientali e comportamentali a loro molto vicini. Per attrarre i giovani le principali sfide saranno: conciliare il lavoro con le esigenze della vita personale, allineare i livelli retributivi al mercato e promuovere percorsi di formazione dedicati.



Rispondiamo ai reali bisogni specifici degli enti

BARBARA LUCINI
COUNTRY SUSTAINABILITY
& SOCIAL RESPONSIBILITY
DI GENERALI ITALIA



«In un contesto caratterizzato da rapidi mutamenti tecnologici e sociali che rischiano di frammentare la società, il Terzo settore genera coesione», afferma Barbara Lucini. «Questa seconda edizione del Rapporto evidenzia l'apporto determinante della riforma del Terzo settore nel favorire la professionalizzazione di questo universo che vale circa il 4,4% del Pil nazionale e contribuisce in maniera decisiva alla crescita, al benessere e all'innovazione sociale del Paese».