



## "IL DIRITTO DI CONTARE" Progetto per E.T.S.



**Carmine Bianco**

Volontario

Percorso formativo

**Università del Volontariato Belluno Treviso**

a.a. 2024/2025

### **Breve presentazione corsista a cura di CSV Belluno Treviso**

Carmine ha un sogno nel cassetto: aprire un'associazione che si occupi persone affette da malattie rare, ma che meritano comunque attenzione e fondi per la ricerca.

Perché tutti contano, e tutti hanno il diritto di contare.

Anche Carmine ha dedicato la sua tesina all'importante tema della ricerca fondi.

# Indice

|  |    |
|--|----|
| PREMESSA.....                              | 1  |
| IL FUND RAISING ED IL SUO SIGNIFICATO..... | 4  |
| IL FORMAT .....                            | 6  |
| LA STRATEGIA.....                          | 8  |
| CONCLUSIONI .....                          | 12 |
| BIBLIOGRAFIA .....                         | 13 |



## PREMESSA

Quello che verrà di seguito presentato è un progetto concepito per essere facilmente replicabile, il cui scopo è quello di finanziare le associazioni del mondo del non profit, con un focus particolare per gli Enti del Terzo Settore (ETS), che promuovono l'inclusione sociale di persone fragili e vulnerabili. L'idea di fondo si ispira al film del 2016 "**Il diritto di contare**" (titolo originale "Hidden Figures"), tratto dalla storia vera della matematica Katherine Johnson e della sua collaborazione con la NASA per la missione Apollo 11.

Nel contesto del film, l'accettazione sociale delle persone di colore era un ostacolo enorme. La protagonista ha dovuto superare barriere sociali e pregiudizi profondamente radicati ai suoi tempi e nei luoghi in cui viveva. Questa storia, ben raccontata da un cast di attori stellari, evidenzia come un'ingiustizia sistemica possa limitare il potenziale di individui di grande talento.

Oggi, una storia come quella raccontata nel film potrebbe sembrare anacronistica, eppure alcuni aspetti si ripropongono ancora oggi in scenari quotidiani non così distanti dai fatti raccontati dalla pellicola, colpendo determinati oggetti fragili o vulnerabili così come accadeva una volta per le persone di colore.

Il parallelismo tra la storia di Katherine Johnson e gli obiettivi del presente progetto è il seguente: "**Il diritto di contare**" si basa sull'idea che ad ogni persona, indipendentemente dalla sua condizione, deve essere riconosciuto il suo valore la sua potenziale utilità allo sviluppo di una comunità e, dunque, di un territorio.

Il film denuncia che la mancanza di inclusione e di accettazione sociale è una fonte di vulnerabilità per ciascun individuo. Le persone di colore non erano di per sé fragili, ma erano rese vulnerabili da una società che non le riconosceva come pari.

Allo stesso modo, oggi accade che, per diverse ragioni (fisiche, economiche o sociali), persone fragili faticino ad inserirsi nella società. Il loro "**diritto di contare**" è spesso negato. In Italia gli ETS che si occupano di queste realtà si trovano ad affrontare diverse sfide

complesse, soprattutto per quanto riguarda la ricerca fondi, il reclutamento di volontari e l'efficace comunicazione verso l'esterno delle loro attività. Questi aspetti, se trascurati, possono limitare la capacità di tali enti di raggiungere i propri obiettivi e di offrire un supporto continuo, duraturo e di qualità ai destinatari della loro opera.

La ricerca fondi è uno degli aspetti più critici per la sopravvivenza e l'efficacia degli enti stessi, minacciata da una competizione sempre più agguerrita per l'accesso a risorse finanziarie pubbliche. I bandi pubblici sono spesso complessi, richiedono competenza, padronanza della burocrazia ed hanno tempi di attesa molto lunghi.

Le donazioni private spontanee sono sempre più instabili ed imprevedibili e spesso legate alle condizioni socio economiche di specifici territori. Inoltre, la concorrenza con enti più grandi e meglio strutturati rende difficile mantenere un flusso di entrate costanti. Va aggiunto che i problemi legati all'inclusione sociale, come ad esempio il sostegno a persone fragili (disabili, ex detenuti, migranti e così via), spesso hanno minore risonanza emotiva rispetto ad altri tipi di emergenza come terremoti, alluvioni, malattie eccetera.

I Volontari costituiscono la spina dorsale di questo settore; tuttavia attrarre, mantenere, motivare e formare nuove forze diventa una sfida sempre più irta di ostacoli. Inoltre per i progetti di inclusione sociale è spesso necessario il ricorso a personale con competenze specifiche che è difficile da trovare tra i volontari stessi.

Per gli ETS è fondamentale comunicare all'esterno e al territorio dove si opera, non solo per attirare fondi e attrarre volontari, ma anche per raccontare la storia delle persone, il loro disagio e la loro fragilità, senza cadere in stereotipi o in una retorica pietistica. Inoltre, misurare e comunicare l'impatto sociale di un progetto di inclusione è questione complessa, in questo tale impatto si misura su parametri difficili da quantificare, come, per esempio, l'aumento dell'autostima dei destinatari dell'intervento o il miglioramento della loro qualità di vita.

**"Il diritto di contare"** si propone come un format che affronti queste problematiche senza ridursi ad una mera occasione per cercare finanziatori, ma piuttosto per rappresentare un'esperienza che sviluppi qualitativamente la rete di relazioni sociali tra tutti gli attori che

ruotano nel mondo del terzo settore; attraendo, valorizzando e motivando i volontari ed, infine, comunicando efficacemente con il territorio le proprie iniziative.

In sintesi, "**Il diritto di contare**" non è solo un progetto di raccolta fondi, ma un invito a riconoscere il valore di ogni individuo senza alcun pregiudizio sulle sue capacità, promuovendo una società più equa e inclusiva.

## CAPITOLO I

### IL FUND RAISING ED IL SUO SIGNIFICATO

Nell'ambito del presente progetto il significato che si intende dare alla locuzione "*fund raising*" non è quello di mera raccolta fondi, bensì quello di "sviluppo di risorse" di un dato territorio. Più precisamente si adotta la visione che danno gli autori Melandri e Masaccio del libro "*Fund raising per le organizzazioni non profit. Etica e pratica della raccolta fondi per il terzo settore*". Essi, considerano il *fund raising* come "*l'insieme di attività che l'organizzazione non profit mette in atto per la creazione di rapporti di interessi fra chi chiede risorse economiche, materiali e umane in coerenza con lo scopo statutario e chi è potenzialmente disposto a donarle*"<sup>1</sup>

Il progetto punta a sviluppare sinergie tra tutti gli attori (donatori, volontari, partner istituzionali, aziende, ecc.), suscitare il loro interesse, coinvolgerli, fidelizzarli e attrarli verso il soggetto promotore in modo da restituire ai partecipanti un beneficio a somma positiva<sup>2</sup>. L'azione di fund raising che si intende mettere in moto è caratterizzata anche, e soprattutto, come strumento utile nella gestione efficace ed efficiente dei legami tra l'E.T.S. ed i cittadini, o soggetti collettivi presenti nel territorio in cui l'ente opera. L'attività ha a che fare non tanto con il chiedere denari, quanto piuttosto con l'attivare rapporti duraturi ed amicali che predispongano a future donazioni.

Gli E.T.S., attraverso il fund raising, hanno la possibilità di captare, dal territorio a cui si rivolgono, numerose "risorse", intese nell'accezione più ampia del suo significato come ad esempio: beni, servizi, risorse umane, credibilità nonché collegamenti con persone ed istituzioni che facilitano a loro volta il raggiungimento di determinati obiettivi. Dunque, non solo denari ma *risorse* nel senso più ampio del termine, le quali non dipendono solamente dalla bontà intrinseca delle azioni poste in essere dalle stesse associazioni, ma dall'efficacia con cui vengono comunicate, percepite e comprese all'esterno. Il successo di un ETS

---

<sup>1</sup> Melandri, V e Masaccio, A. (17 maggio 2004). *Fund raising per le organizzazioni non profit. Etica e pratica della raccolta fondi per il terzo settore*. Il Sole 24 Ore.

<sup>2</sup> Chiarini, B (2017) *Un mondo in conflitto. Teoria dei giochi applicata*. Mondadori Università.

dipende da come è in grado di comunicare agli altri la propria missione, i propri obiettivi e soprattutto i risultati ottenuti anche grazie alla loro collaborazione e le diverse sinergie che è riuscita ad attivare.

Nello specifico si è pensato di dar attuazione a tale virtuoso "sviluppo di risorse" avvalendosi de conosciutissimo format dell'Home Restaurant. La programmazione una serie di eventi culinari e coinvolgendo non solo i propri operatori ma tutto il **capitale sociale**<sup>3</sup> presente sul territorio. Il capitale sociale, inteso come una rete di relazioni e di valori condivisi, diventa il partner attraverso il quale si attiva il sostegno filantropico a beneficio dei soggetti fragili e svantaggiati del territorio stesso sotto la regia dell'ente proponente.

---

<sup>3</sup> Pierre Bordieu è stato uno dei primi a teorizzare il concetto di capitale sociale. in un noto articolo, lo definiva come un tipo di capitale che si aggiunge a quello economico e culturale ed è legato alla struttura delle relazioni sociali. Vedi: **Bordieu, P. (1980). Le capital social. Notes provisoires.** Successivamente James Coleman nel 1988 ha ripreso il concetto di capitale sociale di Bordieu. Per Coleman, il capitale sociale è l'insieme di norme, relazioni, e strutture che rendono possibile il raggiungimento di obiettivi che altrimenti sarebbero irraggiungibili. Si concentra sulla sua utilità per le comunità e per lo sviluppo di risorse comuni. **Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital,** American Journal of Sociology, Vol. 94, No. 1. Questo è il testo di riferimento per la sua visione. **Coleman, J. S. (1990). Foundations of Social Theory,** Harvard University Press. Questo libro sviluppa in modo più ampio la teoria del capitale sociale e la sua relazione con il capitale umano e fisico.

## CAPITOLO II

### IL FORMAT

L'utilizzo del format dell'Home Restaurant<sup>4</sup> non è una scelta casuale, ma una decisione strategica per trasformare la donazione da un atto passivo a un'esperienza attiva e coinvolgente. Non si vuole organizzare semplicemente cene o pranzi al mero scopo di raccogliere fondi ma potenziare il capitale sociale attraverso la rete relazionale che questo format può attivare. L'obiettivo è trasformare un'attività sociale e culinaria in una potente iniziativa di **fund raising** e di **sviluppo di comunità** capace di coinvolgere i diversi attori operanti sul territorio e comunicare verso l'esterno le attività che l'ente del terzo settore svolge sul territorio.

Per la buona riuscita del progetto, i diversi attori che intervengono non sono visti come entità separate, ma come una rete di collaborazione coesa. Ognuno svolge un ruolo cruciale che, sommato a quello degli altri, contribuisce a creare un'esperienza unica e un risultato positivo per tutti gli attori coinvolti.

Al centro di questa rete, l'**ETS** assume la funzione di **regista**. Pianifica l'evento, gestisce la comunicazione e garantisce che ogni risorsa sia utilizzata in modo etico e trasparente, agendo da punto di riferimento e garanzia per tutti i partecipanti. Il suo compito non si esaurisce banalmente nell'organizzare eventi ma propone, nel suo contesto di relazioni sociali, di poter ospitare l'evento in contesti privati (giardini, parchi, casolari e così via) in modo che la vita quotidiana possa incontrare il mondo dell'inclusione sociale. Il soggetto **ospitante o filantropo** è un attore fondamentale. La sua generosità va oltre una qualsiasi donazione finanziaria. Mettendo a disposizione la propria abitazione, crea un'atmosfera familiare e intima, che rende l'evento **unico**. In questo modo, l'**ospitante** diventa un vero e

---

<sup>4</sup> Per attivare un home restaurant in Italia, si deve seguire una serie di passaggi burocratici, anche se le normative non sono sempre chiarissime. Al momento, non esiste una legge nazionale specifica che regoli questa attività in modo definitivo, quindi la prassi si basa su circolari ministeriali e regolamenti locali. La procedura non viene descritta in quanto non è oggetto di questo progetto.

proprio **facilitatore**, aiutando così l'associazione a raggiungere un pubblico di **partecipanti** e donatori più vasto.

Il **cuoco professionista** è un altro partner chiave. La sua competenza eleva l'evento al di sopra di una semplice cena o pranzo fatto tra amici, trasformandolo l'incontro in un'esperienza di alta qualità. Offrendo il suo servizio, a titolo gratuito o a una tariffa ridotta, il cuoco non contribuisce solo alla riuscita dell'evento, ma funge da polo attrattivo per le persone che ritengono di partecipare come **ospiti donatori**.

Infine, i **volontari**, nonché **le persone fragili**, a cui è indirizzata l'azione di inclusione sociale, sono il cuore pulsante dell'evento. Essi agiscono come **ambasciatori dell'associazione**, raccontano le loro rispettive esperienze. Inoltre, i primi possono testimoniare ai partecipanti il valore e l'impatto del loro impegno sociale; mentre i secondi hanno la possibilità di vincere la diffidenza che spesso c'è nei loro confronti riguardo le loro reali capacità. La presenza di questi ultimi crea un ponte di fiducia e autenticità tra l'ente e i donatori, trasformando la raccolta fondi in un'occasione di dialogo, sensibilizzazione e connessione umana. Infatti, l'inserimento delle persone fragili come parte attiva del servizio - ad esempio nel ruolo di camerieri, assistenti in cucina o narratori - è un aspetto cruciale. Questo permette agli ospiti di riconoscere e apprezzare le loro abilità e il loro contributo, superando i pregiudizi iniziali e facendo emergere le loro potenzialità, spesso inespresse.

## CAPITOLO III

### LA STRATEGIA

Com'è noto, affinché un qualsiasi ETS duri nel tempo è necessario che adotti una visione strategica fondata sulla creazione di rapporti duraturi verso tutti gli attori portatori di interessi.

In questo progetto, l'**atmosfera familiare**, in cui si svolgeranno gli eventi culinari, ha una valenza strategica fondamentale. Essa renderà fertile il terreno per i volontari e per le persone svantaggiate che desiderano mettersi in gioco. L'approccio attivo di questo format vuole essere un **investimento sociale** affinché si possa lavorare e cooperare assieme allo scopo di ottenere un determinato risultato, che le singole parti non potrebbero raggiungere lavorando individualmente. In questo modo si cerca di passare dalla logica della mera donazione o contribuzione, che implica l'esistenza di una relazione passiva, alla logica dell'investimento, che implica, invece, una relazione attiva tra tutti gli attori del progetto.

Il **filantropo** che ospita l'evento si "attiva" non solo mettendo a disposizione i suoi spazi privati, ma assume un ruolo strategico ben più importante: ci mette la "faccia" e, sfruttando il suo prestigio sociale, è in grado di attrarre maggiori risorse utili al successo dell'evento.

I **donatori** che donano denari alla "causa" possono a loro volta, grazie alle testimonianze dei volontari, sentire il desiderio di partecipare come volontari per impegnarsi in prima persona.

I **volontari** che partecipano agli eventi, dal loro canto, possono trovare gratificazione, per esempio, nel compito di rappresentare l'ente verso l'esterno.

Tuttavia, questi eventi, apparentemente semplici, presentano una complessità strategica ben più articolata rispetto ad un mero pranzo tra amici. Infatti, in questo caso, si è in presenza di un'azione strategica ad ampio respiro, che persegue molteplici scopi. Tra questi possiamo citarne qualcuno:

- valorizzare la percezione dell'associazione sul territorio rafforzandone il radicamento;
- comunicare all'esterno quelli che sono i valori e la mission e le azioni svolte;

- comunicare i risultati ottenuti e le opportunità che si offrono al capitale sociale;
- valorizzare e rendere sostenibile il ricambio di volontari;
- accrescere la percezione dei cittadini sulle fragilità umane attraverso la testimonianza dei soggetti incontrati durante gli eventi e comprenderne le potenzialità inespresse;
- accrescere i presupposti alla loro inclusione;
- realizzare una rete territoriale più fitta che promuova uno scambio sociale;
- costruire un rapporto di reciprocità, di fiducia continuativa tra donatore e l'ente;
- fidelizzare le risorse sociali del territorio;
- cercare nuove risorse.

Come già detto, tuttavia, le risorse che gli E.T.S. sono in grado di reperire attraverso il *fund raising* non dipendono solamente dalla bontà intrinseca dei progetti, ma dalla misura con cui vengono comunicati, percepiti e compresi all'esterno. La capacità di comunicare non è un accessorio, ma la chiave strategica fondamentale per l'efficacia di ogni progetto.

Per questi motivi si ritiene utile il ricorso ad un comunicatore. Per garantire che i valori e i risultati dell'associazione non restino confinati al suo interno, ma vengano percepiti e compresi da tutti gli attori, si ritiene indispensabile la presenza di tale figura. Il comunicatore ha il compito di costruire una narrativa che rispecchia i valori dell'ETS e i risultati ottenuti, andando oltre la semplice pubblicizzazione dell'ente, trasformando la storia di un progetto in un'esperienza emotiva e coinvolgente. Il comunicatore va immaginato come un ponte tra l'ETS e la comunità. Crea un dialogo continuo, contribuendo ad arricchire e a costruire relazioni durature.

99Altro aspetto da non sottovalutare per la buona riuscita del progetto e rafforzare la sua replicabilità in altre realtà è quello di redigere alla fine di ogni evento, oltre al risultato economico ottenuto, un'analisi SWOT<sup>5</sup>.

L'Analisi **SWOT** è una matrice di pianificazione strategica che aiuta un'organizzazione o un team a identificare e valutare quattro elementi chiave: **Punti di Forza (Strengths), Punti di**

---

<sup>5</sup> Grea, S. (2000). Dentro la crescita dell'impresa. Franco Angeli.

**Debolezza (Weaknesses), Opportunità (Opportunities) e Minacce (Threats).** È uno degli strumenti più efficaci per aumentare la consapevolezza sui fattori che influenzano la pianificazione e l'esito di un progetto. L'acronimo SWOT deriva proprio da queste quattro categorie.



Condurre un'analisi SWOT alla fine di ogni evento è indispensabile per la crescita del progetto. L'analisi non si limita a fornire un resoconto economico, ma offre una visione strategica che supporta la pianificazione futura e aiuta a migliorare le sinergie esterne.

- **Valutazione e Apprendimento:** l'analisi consente di riflettere in modo strutturato sull'evento appena concluso, identificando cosa ha funzionato e cosa no. Questo processo di apprendimento continuo è cruciale per correggere il tiro e migliorare le performance future.
- **Miglioramento Organizzativo:** analizzando i punti di forza, il team può capire su cosa puntare per i prossimi eventi. Riconoscere le debolezze permette di mettere a punto strategie per mitigarle, ad esempio tramite formazione o ricerca di nuove risorse.
- **Strategia per le Sinergie:** la consapevolezza delle opportunità e delle minacce esterne è fondamentale per la sopravvivenza e la crescita di un ETS. Conoscere le

minacce permette di preparare un piano di risposta, mentre l'identificazione di nuove opportunità può portare a nuove collaborazioni e fonti di finanziamento.

- **Comunicazione Efficace:** un'analisi SWOT ben redatta fornisce un resoconto chiaro e conciso che favorisce la comunicazione dei risultati a un pubblico abituato a dati e sintesi. Questo aumenta la fiducia dei donatori e dei partner.

In sintesi, l'analisi SWOT trasforma l'esperienza in conoscenza strategica, permettendo all'ETS di evolvere, adattarsi e garantire il successo a lungo termine del progetto.

Questa matrice, com'è noto, è uno dei migliori strumenti che i team possono utilizzare al fine di aumentare la consapevolezza dei propri punti di debolezza o punti di forza, degli ostacoli incontrati nonché per accrescere la capacità organizzativa del team stesso. Aumenta la consapevolezza sui fattori interni che influenzano gli eventi pianificati. Essere consapevoli di questi punti è indispensabile, soprattutto se il punto focale è accrescere sinergie esterne al team di lavoro. Consente, inoltre di mettere in luce anche i fattori esterni al team di lavoro capaci di ostacolare la pianificazione e la buona riuscita degli eventi, supporta una migliore organizzazione futura, semplifica il processo di analisi e restituisce un resoconto scritto che favorisce la comunicazione dei risultati ottenuti ad un pubblico che è abituato ad aver un supporto alle informazioni presentate.

Vi sono software, pagine excel, google sheets che aiutano a redigere un'analisi swot. Basta trovare l'applicativo a noi più accessibile per redigere la nostra analisi SWOT.

## CONCLUSIONI

Il progetto "Il diritto di contare" vuole dare una risposta strategica alle sfide che gli ETS affrontano quotidianamente nella promozione dell'inclusione sociale. Partendo dall'ispirazione della storia di Katherine Johnson, il progetto trasforma la raccolta fondi da un'azione passiva in un'opportunità di sviluppo di risorse e di relazioni all'interno della comunità.

La tesi parte dal concetto che il successo di un ETS non si misura solo in termini economici, ma soprattutto nella sua capacità di costruire una rete di relazioni sociali che mira ad accrescere la fiducia, cooperazione e sinergie a somma positiva tra tutti gli attori coinvolti. Attraverso l'adozione del format dell'Home Restaurant, il progetto va oltre il tradizionale fund raising per diventare un'azione di networking strategico. L'ETS assume il ruolo di regista, coordinando una rete di attori che include soggetti filantropici, cuochi professionisti e, in particolare, i volontari e le persone fragili a cui è rivolta l'azione di inclusione sociale.

L'elemento più significativo è l'inclusione attiva dei soggetti vulnerabili nel processo di realizzazione degli eventi. La loro partecipazione come camerieri, assistenti o narratori non solo fornisce loro un'opportunità di crescita e gratificazione, ma sfida anche i pregiudizi del pubblico, facendo emergere le loro capacità e il loro contributo. In questo modo, "Il diritto di contare" non si limita a raccogliere fondi, ma agisce direttamente sulla percezione e sull'accettazione sociale, realizzando una rete territoriale più fitta e promuovendo uno scambio sociale costruttivo.

In definitiva, il progetto è un invito a riconoscere il valore intrinseco di ogni individuo e a costruire un rapporto di reciprocità, fiducia e continuità tra donatori e associazione. È la dimostrazione che l'azione filantropica più efficace non si limita a fornire supporto, ma crea le condizioni perché ogni persona possa far valere il proprio diritto di contare.

## BIBLIOGRAFIA

- Fici, A. Rossi, E. Sepio, G. (2020). **Venturi Dalla parte del Terzo Settore. La riforma letta dai suoi protagonisti**, Laterza
- Consorti, P. Gori, L. Rossi, E. **Diritto del Terzo settore**, Il Mulino, 2018
- Fici, A. (a cura di), **La riforma del terzo settore e dell'impresa sociale**. Una introduzione, Editoriale scientifica, 2018
- Chiarini, B. (2017) **Un mondo in conflitto. Teoria dei giochi applicata**. Mondadori Università.
- Biorcio, R. Vitale, T. (2016). **Italia civile. Associazionismo, partecipazione e politica**, Donzelli editore
- Caroli, M.G. (a cura di), (2015). **Secondo rapporto sull'innovazione Sociale: "Modelli ed Esperienze di Innovazione Sociale in Italia"** FrancoAngeli Editore, Arena, G. Iaione, C. (a cura di), (2015). **L'età della condivisione. La collaborazione fra cittadini e amministrazioni per i beni comuni**, Ed. Carocci
- Rodotà, S. (2014). **Solidarietà. Un'utopia necessaria**, Laterza
- Gori, C. (ed altri), (2014). **Il welfare sociale in Italia. Realtà e prospettive**, Carocci ed.
- Faldetta, G. e Labate, S. (2014). **Il dono, Valore di legame e valori umani. Un dialogo interdisciplinare**, Di Girolamo
- Cotturri, G. (2013). **La forza riformatrice della cittadinanza attiva**, Ed. Carocci,
- Musella, M. (a cura di), (2013). **La sussidiarietà orizzontale. Economia, politica, esperienze territoriali in Campania**, Ed. Carocci
- Settis, S. (2012). **Azione popolare. Cittadini per il bene comune**, Ed. Einaudi
- Sennett, R. (2012). **Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione**, Ed. Feltrinelli
- De Blasio, G. e Sestito, P. (a cura di), (2011). **Il capitale sociale. Che cosa è e che cosa spiega**, Ed. Donzelli
- Peruzzi, G. (2011). **Fondamenti di comunicazione sociale. Diritti, media, solidarietà**, Ed. Carocci

- Agenzia per il Terzo settore (a cura di), (2011). **Il Terzo settore dalla A alla Z. Parole e volti del non profit**, Editrice San Raffaele
- Bobbio, N. (2010). **Eguaglianza e libertà**, Ed. Einaudi
- Paci, M. (a cura), (2008). **Welfare locale e democrazia partecipativa**, Ed. Il Mulino
- Cittadino, C. (a cura), (2008). **Dove lo Stato non arriva. Pubblica amministrazione e terzo settore**, Ed. Passigli
- Cartocci, R. (2007). **Mappe del tesoro. Atlante del capitale sociale in Italia**, Ed. Il Mulino
- Marzanati, A. Mattioni, A. (2007). **La fraternità come principio del diritto pubblico**, Ed. Città Nuova
- Ranci, C. (2006). **Il volontariato**, Ed. Il Mulino
- Arena, G. (2006). **Cittadinanza attiva**, Ed. Laterza
- Melandri, V e Masaccio, A. (17 maggio 2004). **Fund raising per le organizzazioni non profit. Etica e pratica della raccolta fondi per il terzo settore**. Il Sole 24 Ore.
- Grea, S. (2000). **Dentro la crescita dell'impresa**. Franco Angeli
- Coleman, J. S. (1990). **Foundations of Social Theory**, Harvard University Press
- Coleman, J. S. (1988). **Social Capital in the Creation of Human Capital**, American Journal of Sociology, Vol. 94, No. 1.
- Bourdieu, P. (1980). **Le capital social**. Notes provisoires





## del **VOLONTARIATO** di Belluno e Treviso

è un'iniziativa promossa da



Università  
Ca' Foscari  
Venezia



in collaborazione con

