



Associazione di Volontariato
Porta Aperta

INNESCARRE IL CAMBIAMENTO

L'impatto sociale dei donatori per Porta Aperta Modena

Prima conferenza dei donatori di Porta Aperta

Mercoledì 18 ottobre 2023

DONATORI DEGLI ENTI DEL TERZO SETTORE: DALLA COLLABORAZIONE ALLA CO-PROGETTAZIONE

Intervento del prof. Paolo Venturi - Direttore di AICCON e The FundRaising School

Quando ho ricevuto l'invito per questa "Prima conferenza dei donatori di Porta Aperta" ho iniziato a riflettere sul valore di questa iniziativa e penso che sia qualcosa di molto rilevante. Innanzitutto perché è ovviamente qualcosa di buono, è espressione della solidarietà di un territorio rispetto a una buona causa, ma non è solo questo, c'è molto di più. E proprio su questo "qualcosa in più" vorrei fare un approfondimento dal mio punto di vista di economista, docente dell'Università di Bologna, che si occupa di innovazione sociale, terzo settore, non profit...

Ciò che distingue un economista civile dagli altri economisti è collocare il tema del dono dentro al mercato, non al di fuori di questo. Il concetto di dono è qualcosa che in origine abitava il mercato, anzi, lo qualificava, perché il mercato non era l'ambito della competizione, ma era il luogo dove si alimentavano le conversazioni. Pensate a una qualsiasi piazza medievale: c'è il palazzo del governo, la chiesa, il palazzo dei mercanti, quello dei notai... Nel mercato c'era uno scambio tra equivalenti, uno scambio redistributivo – come quello della Pubblica amministrazione nei confronti dei cittadini – e di reciprocità. L'essenza del dono è la reciprocità. Anzi, **l'essenza del dono è la gratuità**, che è molto di più del "gratis". Spesso, infatti, il dono viene assimilato al "gratis", che tendiamo ad associare a qualcosa che vale poco, anzi, quasi niente. Ma pensate a chi dona e a chi fa volontariato: quando vale la sua azione? Per chi dona – tempo, denaro... - il valore della propria azione è infinito, l'esatto contrario del "gratis".

Il tema del dono dentro al mercato e del dono come gratuità è centrale in un'occasione come questa, perché in una conferenza dei donatori occorre avere la consapevolezza che quando si sostiene un'associazione come Porta Aperta e i suoi progetti, non solo si contribuisce alla realizzazione della buona causa, ma si realizzano anche altre tre cose straordinarie delle quali un territorio ha bisogno per prosperare, pena la sua decadenza.

Se il nostro territorio – Modena e anche tutta l'Emilia-Romagna – è così vivo e prospero lo si deve molto anche alla presenza del dono, cioè al tema della relazione e dei legami. **Se un territorio si impoverisce dal punto di vista dei legami, si impoverisce la sua economia.**

Le economie più prospere, infatti, sono quelle che si appoggiano sui legami, cioè sulla fiducia. La fiducia non serve solo al Terzo settore o alle comunità, ma serve anche ai mercati finanziari. Che cos'è lo spread se non uno strumento per misurare la fiducia e la sfiducia dei mercati?

La fiducia governa i mercati e le relazioni. Più fiducia significa che gli scambi sono più efficaci e quindi anche i risultati sono più efficaci. Meno fiducia significa che si fa più fatica, quindi meno competitività.



Come dicevo, **sono tre le cose che chi sostiene un'associazione come Porta Aperta e i suoi progetti realizza in contemporanea.**

1. Chi dona costruisce il territorio

Il territorio non è una geografia, è una costruzione sociale che vive dello scambio dei soggetti che sono nel territorio. Più c'è dono, più questo scambio è fecondo.

Non sono le imprese competitive che fanno il territorio competitivo, ma il contrario: sono i territori competitivi che fanno le imprese competitive e i territori competitivi sono quelli che hanno più capitale sociale. **Il dono come essenza, come legame, costruisce capitale sociale**, ma non possiamo dare per scontato che il nostro territorio, l'economia e il senza civico durino per sempre. I legami si consumano e occorre rigenerarli attraverso iniziative come queste, dove si riunisce una comunità di donatori, una rete di persone che sostengono, che contribuiscono, che partecipano. Tutto questo alimenta e genera il capitale sociale e questo capitale sociale costruisce la competitività del territorio.

Coesione "è" competizione. "È", non "e". Quanto più i territori sono coesi, tanto più sono competitivi. Qualsiasi investitore che vuole investire nel medio-lungo periodo andrà sempre a cercare un territorio dove ci sono infrastrutture sociali, un asilo, norme sociali condivise... un territorio dove c'è una qualità sociale che nasce dalle relazioni e che tutti usano – dal mercato alla pubblica amministrazione – ma che pochi generano, perché nasce appunto dalle relazioni fra le persone e le istituzioni.

Contribuire a una buona causa non genera un beneficio solo per gli stessi progetti che si sostengono, ma per tutto il territorio, che si fa o si dis-fa nel tempo. E cos'è che fa il territorio? La qualità delle relazioni dei soggetti che lo abitano: cittadini, imprese, terzo settore, persone... Una relazione che ha a che fare con i legami.

I donatori sono degli azionisti del territorio. **Chi sostiene questa associazione, non diventa solo "azionista" di Porta Aperta, ma di tutto il territorio, in uno scambio di mutuo beneficio:** più il territorio diventa ricco, più diventa competitivo, sociale e inclusivo, più cresce la fiducia e la qualità della vita, anche della mia vita, migliora. **Promuovere, co-progettare, contribuire diventano azioni mutualismo**, che permettono di legare interessi diversi, di creare una struttura nuova, che non porta solo a un'utilità maggiore, ma anche a una felicità più grande.

2. Chi dona contribuisce a promuovere un welfare più civile.

Un welfare civile ha come protagonista, tra gli altri, la *civitas*, i cittadini, la cittadinanza, i donatori. La donazione permette un'azione contributiva dal basso che integra le risorse sempre più limitate messe a disposizione dalla Pubblica amministrazione, ma un'associazione come Porta Aperta non si limita solo a integrare o rammendare delle mancanze, ma fa le cose proprio in maniera diversa.

L'apporto del Terzo settore e del non profit non sta tanto nel fare cose sociali, ma nel farle in modo particolare, con due modalità principali: auto-organizzando la comunità e ambendo a farlo in maniera relazionale. Che sia una mensa, un emporio o un ambulatorio odontoiatrico, il nocciolo non è tanto la prestazione, quanto la relazione. Questo è un cambio di paradigma pazzesco: il tema centrale non è assistere, ma includere.

Il dono svolge quindi un'azione contributiva per costruire un sistema di welfare, cioè di protezione, inclusivo, non solo assistenziale. Questa non è una cosa da poco, perché si può assistere, anche senza includere, cioè aumentare le capacità e l'autonomia delle persone.



Qual è il fattore oggettivo che oggi causa le povertà relative? No, non è un fattore di natura economica e redistributiva, ma di natura relazionale: i poveri sono le persone sole. A parità di problema nella vita, se sei solo può avere un effetto deflagrante. Che tu sia solo o che tu abbia degli amici ti cambia la vita. È per questo che la dimensione relazionale è così importante, soprattutto in una comunità.

Ho letto un articolo bellissimo sul New York Times che si intitolava “La crescita della marea della tristezza” e parlava di come negli Stati Uniti stia aumentando in maniera esponenziale l’infelicità. Ormai la felicità non è più una categoria dello spirito, ma è qualcosa che si può misurare. L’ONU ha una graduatoria di elementi che determinano la felicità o meno e tra questi, oltre alla salute e al lavoro, ci sono due fattori per me molto rilevanti: il luogo e la comunità in cui si vive e il mutuo-aiuto. Se ho bisogno, c’è qualcuno che mi può dare una mano? Questo è un elemento che determina la felicità.

Da questo punto di vista, capite che **non bastano più solo i beni pubblici e i beni privati, ma una società sta in piedi ed è più felice solo se si sviluppano dei beni relazionali.** Donare, quindi, da un lato potenzia il welfare, dall’altro aumenta la qualità dell’inclusione e della vita in comune.

Angus Deaton, Premio Nobel per l’economia, ha scritto un libro in cui racconta come negli Stati Uniti stiano aumentando i suicidi, non tra persone povere di soldi, ma tra povere di senso. Ancora una volta, costruire relazioni è fondamentale.

3. Chi dona trasforma, genera impatto e cambiamenti.

Chi dona cambia gli spazi e li trasforma in luoghi: la mensa non è più solo una mensa, l’ambulatorio non è più solo l’ambulatorio, ma diventano luoghi di incontro. Il dono innesca questo passaggio, è un elemento trasformativo. Siamo pieni di spazi, ma mancano i luoghi. Che differenza c’è tra uno spazio e un luogo? **Un luogo è uno spazio dotato di significato. Cos’è che significa uno spazio? La relazione tra le persone che in qualche modo che lo abitano.**

Il dono è capace di trasformare, di generare, di fare la differenza nell’economia, nella società, nel welfare, tra le persone. Il dono ti mette in contatto con qualcun altro, nel dono e nella relazione con gli altri scopri anche chi sei. Questa è la vera natura del dono!

Se io vado a casa questa sera e regalo un mazzo di rose a mia moglie, le do qualcosa che è un oggetto, ma il valore di questa donazione non coincide con i soldi che ho speso per le rose, ma nel bene che le voglio. **Dietro a ogni donazione c’è un dono, una domanda di relazione.**

L’augurio che vi faccio non è solo quello di continuare a donare, ma anche di mettervi in relazione con questa organizzazione, perché ciò che c’è in gioco per il territorio e il vantaggio che nasce da questa relazione è davvero molto più ampio.

Siamo una società prevenuta nel confronto del dono? C’è disponibilità a donare?

Oggi il volontariato è in calo, secondo i dati Istat ha perso il 15% negli ultimi 10 anni. Io sono forlivese, le mie figlie non hanno mai fatto volontariato, ma quando c’è stato l’alluvione si sono messe gli stivali e sono partite. Quelle che le ha spinte a fare quell’azione gratuita, a fare una



Associazione di Volontariato
Porta Aperta

donazione di tempo per qualcun altro, era che era qualcosa di maledettamente corrispondente, che lo facevano insieme ad altri e che aveva un senso, uno scopo, perché riconoscevano che quel bisogno non era solo urgente, ma aveva toccato un loro amico, la loro famiglia, la loro città...

La donazione scatta quando dietro c'è un'urgenza di senso e di significato e il significato si genera solo nella relazione con qualcuno.

Non possiamo pensare che le donazioni arrivino perché facciamo qualcosa di buono e basta: in Italia ci sono 364.000 organizzazioni non profit e tutte fanno cose buone.

Nella comunicazione delle nostre associazioni **non dobbiamo solo dire che facciamo cose buone, ma dobbiamo anche raccontare i cambiamenti che generiamo.** Non basta dire: "Io aiuto le persone", ma dobbiamo essere in grado oggi, più di ieri, di dire come lo facciamo e i cambiamenti che generiamo a Modena attraverso questa azione di aiuto. **Non basta fare il bene o farlo bene, perché non tutte le buone intenzioni generano buone azioni, ma tutte le buone azioni devono generare anche cambiamenti buoni.**

Credo che ci sia una grande disponibilità a donare, ma va risvegliata. Qual è la modalità per risvegliarla? Innanzitutto mettere le persone in collegamento diretto con la realtà, metterle nella condizione di poter partecipare direttamente - mia figlia si è messa gli stivali ed è entrata dentro, ha fatto la volontaria senza chiedere il permesso - e rendere le persone sempre più consapevoli e stimolate dallo scopo. Cos'è che aiuta un'organizzazione in maniera potente a definire lo scopo? Non solo far vedere il bisogno e la risposta che possiamo dare, ma anche **mostrare cosa cambia dopo il nostro intervento.** Un emporio che agisce per ridistribuire i beni, non solo distribuisce beni, ma agisce anche per cambiare la vita alle persone. **Un conto è impostare la comunicazione sul bisogno, altro invece sulla trasformazione che questo intervento genera.**