

Terzo Settore: benefici tangibili, ma c'è molto da fare!

LINK: <https://www.bitmat.it/blog/news/77692/terzo-settore-benefici-tangibili-ce>



Terzo Settore: benefici tangibili, ma c'è molto da fare! Redazione BitMAT - 07/08/2018 97

Happy volunteering hands representing love, three-dimensional rendering Solo il 23% degli enti "incorpora il digitale in tutto ciò che realizza" Per il non profit la digitalizzazione rappresenta non solo una grande opportunità, ma anche una responsabilità perché impatta direttamente sul modo in cui gli enti operano, sui servizi che offrono e sui beneficiari. Per restituire una fotografia di questo cambiamento, **Italia non profit** ha realizzato all'interno del suo Osservatorio la prima indagine in Italia che analizza il rapporto tra gli enti non profit e digitale attraverso un questionario online che ha coinvolto oltre 450 professionisti del settore suddivisi tra operatori interni e consulenti esterni agli enti (per un totale di 227 risposte complete). Il report (qui disponibile gratuitamente in versione integrale) sonda tre precisi aspetti: lo stato dell'arte del non profit digitale, le competenze digitali degli enti e dei board, le sfide che il Settore si prepara a vivere. E propone due glossari, da oggi disponibili online, per orientare gli operatori fra i temi del futuro: le 40 parole del cambiamento e le nuove professioni digitali. La percezione generale e diffusa tra gli operatori interni è che le organizzazioni manchino di visione strategica sulle tematiche digitali e che i vari board non abbiano compreso ancora, almeno non a pieno, le potenzialità di questa innovazione (per il 40% 'il board dell'ente non ha ancora una visione chiara di quello che il digitale potrebbe fare per aiutarli'). Nonostante ciò, per il 23% dei 176 operatori, gli enti hanno 'incorporato il digitale in tutto ciò che fanno', e per il 34% il digitale è utilizzato, anche se, confermano, senza 'approccio strategico'. È interessante notare come queste due risposte siano le più frequenti indipendentemente dalle dimensioni economiche dell'organizzazione: anche il 33% dei 42 operatori che lavorano in enti di piccole dimensioni (con entrate inferiori a 50K) dichiara infatti di utilizzare il digitale, ma senza una visione di più ampio respiro. Gli operatori che dichiarano di avere difficoltà ad accedere agli strumenti digitali di base (6%) lavorano nel 57% dei casi in enti di piccolissime dimensioni, segnaliamo però - dato interessante - che lo stesso problema si riscontra in alcune organizzazioni con entrate tra i 50.000 e i 300.000 euro. Solo il 33% dei rispondenti dichiara di lavorare con organizzazioni con buone competenze nell'utilizzo dei social media che rappresentano ad oggi un importante strumento di lavoro per tutte le realtà siano esse profit o non profit. Dalla ricerca emerge che ci sono competenze digitali molto forti come l'uso dei social media e l'e-mail marketing, ma diverse aree ancora da sviluppare soprattutto in termini di know-how, come ad esempio la SEO e la cybersecurity. Per i collaboratori interni agli enti incrementare le competenze digitali significa incidere positivamente sulla raccolta fondi (56%) e sullo sviluppo del proprio network (39%); per i professionisti esterni, incrementare le competenze digitali degli enti significa invece aumentare il network dell'ente (53%) e migliorare il perseguimento della strategia generale (37%). Sia gli operatori interni sia i consulenti sentono di non essersi ancora adeguatamente

preparati sul Digital Fundraising, tema ricorrente fra le sfide che più preoccupano, insieme alla 'SEO', alla 'gestione dei dati e dei temi connessi alla privacy', e 'all'engagement delle nuove generazioni'. I maggiori ostacoli che incontrano le organizzazioni nell'ottenere il massimo dalla digitalizzazione sono da rintracciare per il 40% degli operatori che lavorano internamente agli enti nella carenza di fondi da investire e per il 37% di essi nella mancanza di competenze interne da dedicare; i consulenti esterni invece non rintracciano nella mancanza di risorse il principale impedimento allo sviluppo digitale degli enti: per questo gruppo, i principali ostacoli sono rappresentati dalla mancanza di know-how (47%) e dalla presenza di altre sfide percepite come prioritarie (43%). 'Oggi, riteniamo normale e consequenziale che piattaforme come Netflix o Spotify investano milioni di dollari per ridurre il tasso di abbandono dei loro abbonati fra sofisticati CRM, open innovation e big data: sappiamo che queste aziende hanno rivoluzionato il nostro modo di fruire contenuti video e musica. Se invece la churn analysis la utilizza un ente non profit per capire e anticipare i comportamenti dei donatori ricorsivi in procinto di distacco dall'ente allora si storce il naso, perché non siamo ancora entrati nell'ordine delle idee che la trasformazione digitale possa rivoluzionare il non profit dalle fondamenta, e che ci siano abbandoni altrettanto preziosi da prevenire.' sottolinea Giulia Frangione, CEO di **Italia non profit** 'La digitalizzazione interna degli enti non è quindi una sfida in solitaria, ma significa imparare a interagire in un contesto omni-digitale che muta e muterà sempre più velocemente. Per contribuire alla riflessione sul tema della Trasformazione Digitale nel Terzo Settore, in **Italia non profit** abbiamo realizzato tre strumenti gratuiti: un Report, frutto di un'indagine online effettuata nel 2017; un Glossario con le spiegazioni e le applicazioni dei termini che accompagnano la trasformazione digitale; un elenco di Professioni emergenti connesse alla digitalizzazione per supportare le organizzazioni nell'approccio a queste nuove figure. La tematica trattata è per definizione in trasformazione, per questo i contenuti sono in evoluzione' conclude Frangione La ricerca è svolta in collaborazione con Skills Platform, un servizio inglese dedicato al non profit dedicato che raccoglie e diffonde esperienza, conoscenza e formazione digitale per migliorare il Terzo Settore.