



Associazione italiana per la ricerca sul cancro

# La risorsa è umana

Nicolò Contucci, direttore generale  
Padova, 3 ottobre 2016



# Cos'è il settore Nonprofit?

---

L'insieme di organizzazioni caratterizzate da **intento altruistico**,

che intendono soddisfare **bisogni collettivi**  
non adeguatamente soddisfatti dal Mercato e dall'azione pubblica,

conferendo **volontariamente** le risorse produttive necessarie

# Cos'è il settore Nonprofit?

---

## Profit

lavoro

- salario

materie  
prime

- costo  
produzione

capitale

- profitto

## Nonprofit

lavoro

- salario
- prestazione  
volontaria

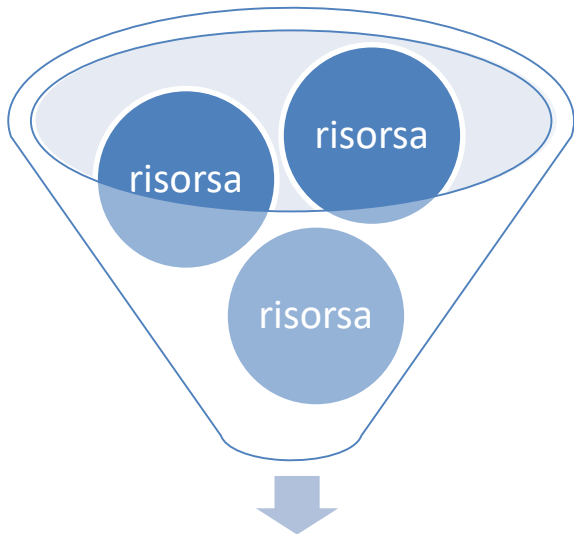
materie  
prime  
(capitale)

- costo  
produzione

# Cos'è il settore Nonprofit?

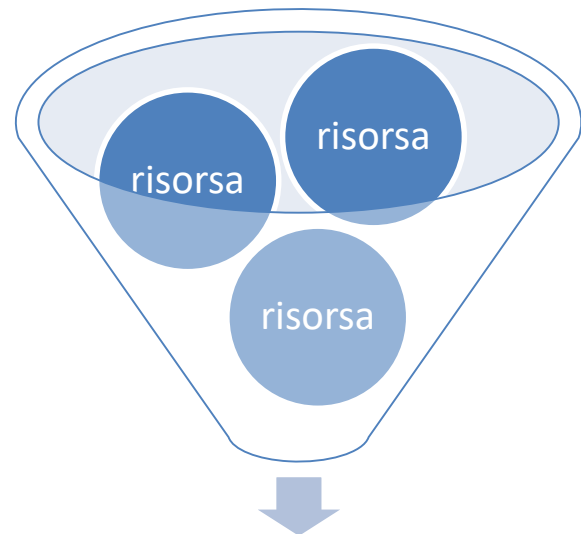
---

**Profit**



**ricchezza**

**Nonprofit**



**utilità sociale**

# **Cos'è il settore Nonprofit?**

---

**Il Nonprofit è chiamato anche  
Terzo settore**

**rispetto agli altri due settori  
del sistema economico-sociale,  
rappresentati da Stato e Mercato**

# Cos'è il settore Nonprofit?

---

## Le organizzazioni nonprofit

- sono istituzioni private, con organizzazione e gestione autonoma
- non distribuiscono utili economico finanziari
- beneficiano di volontariato e filantropia
- sviluppano utilità sociale attraverso la distribuzione di beni e servizi

# La missione del Nonprofit

---

Le organizzazioni nonprofit possono avere

- **carattere mutualistico: quando la loro attività è rivolta esclusivamente agli aderenti**
- **carattere solidaristico: quando la loro attività è orientata alla collettività, pur se con destinatari definiti (minori, anziani, disabili, ecc.)**

# Dimensioni del settore Nonprofit in Italia

---

	2011	2001
istituzioni non profit	301.191	+ 28,0%
volontari	4,7 milioni	+ 43,5%
addetti (dipendenti)	680 mila	+ 39,4%
lavoratori esterni	270 mila	+ 169,4%

**Fonte**

Dati Istat (presentati in occasione di convegno 2014 ISTAT)

*Struttura e dinamica del e risultati del non profit in Italia*, Gianpaolo Barbetta, Franco Lorenzini, Andrea Mancini



# Caratteristiche del Nonprofit

---



**complementare o sostitutivo dello Stato  
alternativo al Mercato  
innovativo nella gestione delle politiche sociali  
rilevante in termini occupazionali, di fatturato e di valore aggiunto**



**la maggioranza delle organizzazioni sono di piccole dimensioni  
è più sviluppato al Nord che al Sud  
inquadramento giuridico e fiscale complesso e caotico  
debolezza della cultura dell'efficacia, efficienza e trasparenza**

# La missione di AIRC

---



**Finanziamento**

## **Finanziare la ricerca scientifica**

Rendiamo il cancro sempre più curabile, garantendo alla ricerca i mezzi necessari per raggiungere risultati importanti e innovativi nella cura, nella diagnosi e nella prevenzione del cancro



**Diffusione**

## **Diffondere una corretta informazione**

Informiamo i soci e la collettività intera sui corretti stili di vita e sulle novità diagnostiche e terapeutiche in campo oncologico



# I numeri di AIRC e FIRC



**Nel 2015, AIRC ha compiuto 50 anni e ha destinato:**

**oltre € 85 milioni** destinati alla ricerca  
**615 progetti** finanziati in tutta Italia

**Dal 1965 AIRC ha destinato:**

**oltre € 1.069 milioni** a progetti di ricerca  
**€ 42 milioni** a borse di formazione a giovani ricercatori

**Dal 1977 FIRC ha destinato:**

**oltre € 34 milioni** a progetti e laboratori  
**€ 60 milioni** a borse di formazione per giovani ricercatori  
**oltre € 175 milioni** a IFOM

Scopri di più su [bilanciosociale.airc.it](http://bilanciosociale.airc.it)

# Le persone, motore unico

---



**4.500.000** soci, sostenitori e contribuenti 5 per mille

**20.000** volontari

**5.000** ricercatori finanziati ogni anno

**3.300** scuole

**107** dipendenti

**17** Comitati regionali

centinaia di partner (istituzioni e aziende)

decine di survivor che testimoniano la loro fiducia

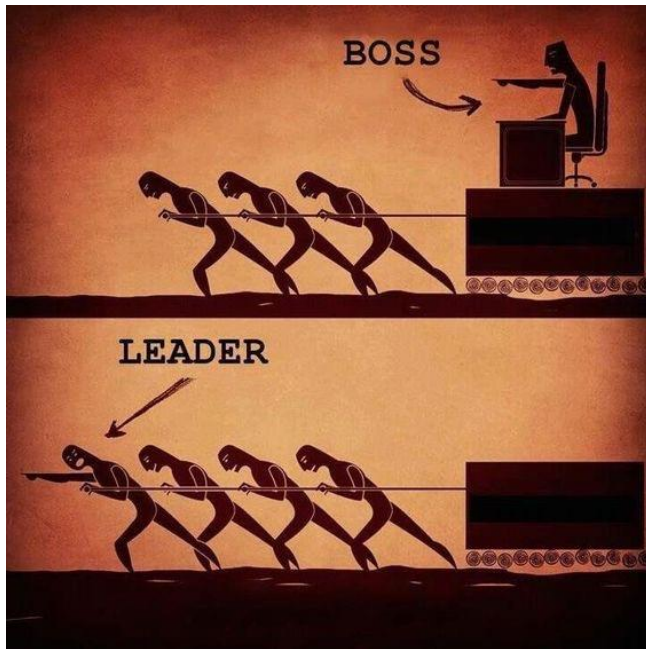
**Il Fundraising è un lavoro di squadra:  
reclutare, motivare e coinvolgere  
le persone che lavorano con noi**

**DON'T ASK  
PEOPLE TO  
"DONATE."**

**Instead, ask them to  
"join", "build", etc.  
Appeal to identity and  
emotion, not wallets.**

# Il governo dei gruppi di lavoro

---



*Governare* viene dal greco *kubernao*, significa ‘tenere il timone’ e definisce la **gestione delle persone come un’azione continua e precisa, attraverso un controllo attivo, inteso come valutazione e correzione costante.**

Il gruppo è un’entità diversa dalla somma delle persone che lo compongono; per sussistere, deve avere una fisionomia organizzativa alla quale i membri del gruppo debbano riferirsi.

Prenderemo in considerazione solo le regole dei gruppi di persone che non si sono scelte ma che sono ‘costrette’ a stare insieme per conseguire obiettivi professionali.

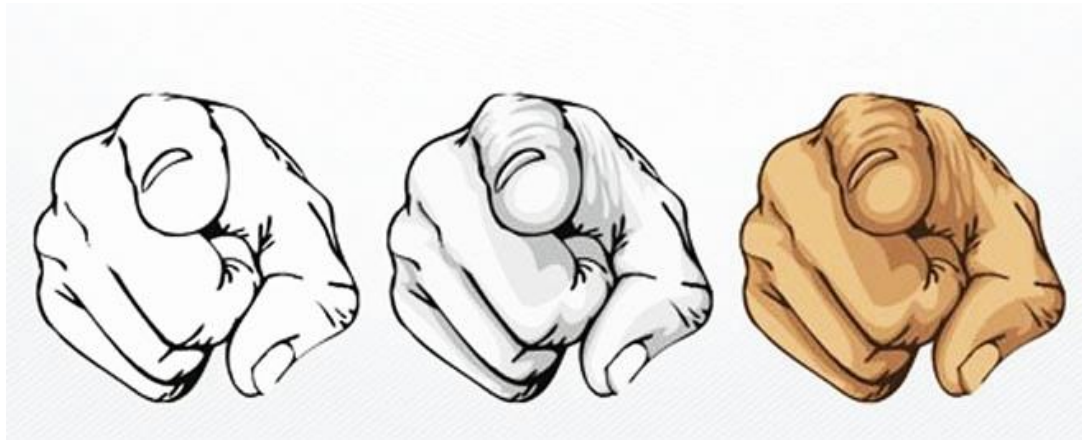
**Esistono due modi di governare questi gruppi: quello autoritario e quello partecipativo.**

# La leadership autoritaria

---

Il capo esercita il suo governo applicando **regole**, **delegando poco**, mantenendo la **distanza** dai collaboratori, **controllando** il **flusso comunicativo** per amministrare personalmente la circolazione delle informazioni ed esercitando il **potere** decisionale secondo le **linee gerarchiche stabilite**.


Il metodo autoritario ha alte probabilità di realizzare una **buona efficienza operativa** nel gruppo e conseguire gli obiettivi organizzativi, ma **difficilmente troverà il sostegno** del gruppo nei momenti di difficoltà o **d'insuccesso**.



# La leadership partecipativa

---

E' una forma di influenza caratterizzata dalla capacità di determinare un consenso critico volontario, un'accettazione soggettiva e motivata nelle persone rispetto agli obiettivi dell'organizzazione.



INTELLIGENCE  
IS THE ABILITY  
TO ADAPT TO  
CHANGE.



Be a voice,  
not an echo.

**Il capo condivide con i collaboratori la maggioranza delle decisioni e delle attività;** accetta il rischio di una comunicazione organizzativa molto fluida e di delegare ampiamente, **esercitando il controllo attivo sulle attività come correzione in itinere e non come verifica ex post.**

**La leadership partecipativa è molto dispendiosa in termini di tempo dedicato al confronto perché si fonda sulla coltivazione di leader di secondo livello,** che devono essere continuamente ascoltati, legittimati, corretti, incoraggiati.



# La persona al centro

---

Tra i valori fondativi delle organizzazioni nonprofit figura quasi sempre la **persona**.

Un buon HR manager seleziona dipendenti e volontari partendo da questo presupposto e riconosce il valore di

- un buon inserimento delle nuove persone nella gerarchia formale dell'onp
- una crescita delle giovani risorse sia in termini professionali che umani
- affinità e leadership spontanee interne alla onp, anche fondate su interessi esterni all'organizzazione (ad es. appartenenze civili o politiche o passioni sportive)



**Le organizzazioni nonprofit vogliono persone, non (solo) tecnici.**

# La risorsa è umana

---



**Nelle onp la catena di montaggio per conseguire gli obiettivi di missione è fatta solo da persone, non da sistemi tecnologici o da macchine industriali.**

**Gli ingranaggi sono le persone: il successo nel fundraising, nella comunicazione, nella gestione e nelle attività di missione dipende solo dalle persone.**

Nella mia esperienza, molta parte del **successo** che avremo insieme alla nostra squadra dipende dal **riconoscimento e grado di applicazione di alcuni valori e comportamenti umani** e dalla nostra **capacità di applicarli e di rispondere alla loro disapplicazione** da parte dei nostri collaboratori.

# La fiducia e la lealtà

---

‘Non c’è niente di più difficile da prendere in mano, di più pericoloso da guidare e di più incerto successo che avviare un nuovo ordine di cose; perché l’innovazione ha nemici in tutti quelli che hanno operato bene nelle vecchie condizioni e soltanto tiepidi sostenitori in coloro che potranno essere avvantaggiati dal nuovo’. (*Principe, 1513*)

I bookmaker inglesi davano il **Leicester 5000:1** come possibile vincitore della Premier League. Ha giocato il campionato con solo 3 giocatori diversi rispetto alla precedente deludente edizione. Ha vinto la Premier League inglese, creando un ambiente in cui la fiducia nel leader e nel gruppo fossero l’ingrediente centrale, investendo esclusivamente sulla motivazione e sulla coesione personale tra i suoi giocatori.

YOU WERE  
BORN TO  
BE REAL,  
NOT TO  
BE PERFECT.

# Un buon leader ricorda sempre che ...



**I DON'T  
HATE YOU.  
I JUST LOST  
RESPECT  
FOR YOU.**



- **rispetto e tolleranza vivono qui**
- **è giusto soffermarsi sul giusto**
- **è necessario incoraggiare per stimolare l'appartenenza. e crederci!**
- **i sentimenti più forti sono asset da valorizzare**

# Grazie!