

- >> **Quid**
- >> **Aiccon**
- >> **Aiccon**
- >> **Coop Italia**
- >> **Coop Lombardia**
- >> **Conad**
- >> **Il Ginepro**
- >> **Assicoop Romagna Futuro**
- >> **Coop Coedis**
- >> **Coop Aribandus**

QUID

Nella top ten delle startup dell'innovazione sociale



StartupItalia – una delle ‘bibbie’ italiane del settore – nella top ten delle nuove imprese dell'innovazione sociale piazza al primo posto la cooperativa Quid, l'impresa nata a Verona nell'ambito del progetto Culturability, nel quale “la moda si fa etica”. Un risultato che conferma il primo premio alla European Social Innovation Competition, dove la startup italiana ha sbaragliato oltre 1.200 concorrenti.

L'idea nasce ad aprile 2012, da un gruppo di giovani professionisti che all'inizio dedica alla startup tutto il proprio tempo libero, affiancando l'impegno nella società alle normali occupazioni. Quid mira al reinserimento lavorativo di donne in situazioni di disagio, storie di violenza o disabilità. Sarte che confezionano abiti nuovi da tessuti di marca e di ottima qualità, non vendibili sui normali circuiti a causa di qualche piccola imperfezione.

Equità e solidarietà, dunque, coniugati con una sana ambizione imprenditoriale. “Fin dall'inizio avevamo un obiettivo chiaro – spiega Anna Fiscale, giovane presidente della cooperativa Quid – diventare il braccio destro di grandi aziende di moda, fornendo linee etiche ed ecologiche ai migliori marchi del Made in Italy che vogliono impegnarsi per proteggere l'ambiente e per una società più giusta”.

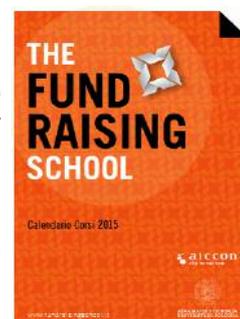
Oggi, dopo poco più di due anni dall'avvio del progetto – ricorda StartupItalia – Quid lavora con partner come Calzedonia, Den Store, Berto Industria Tessile, e Altoitaliano. Conta 17 dipendenti e 10 collaboratori esterni e complessivamente quasi 5mila clienti. Oltre ai dei “corner” nei negozi di aziende affermate, la cooperativa ha aperto dei propri temporary store a Forte dei Marmi, Trento, Verona, Vicenza. Capi esclu-

sivi, dallo stile causal, ma elegante. Non replicabili, con una targhetta che ne contrassegna il numero di esemplari.

AICCON

The Fund Raising School presenta la nuova offerta formativa

The Fund Raising School, la prima scuola italiana di raccolta fondi promossa dall'area Alta Formazione di AICCON (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit) con sede presso l'Università di Bologna – sotto la direzione scientifica di Pier Luigi Sacco e con il contributo dei maggiori fundraiser italiani – promuove dal 1999 corsi che forniscono gli strumenti e le competenze per garantire la sostenibilità dei progetti sociali degli enti non profit, pubblici e privati.



Il fundraising rappresenta ormai un elemento chiave non solo per le oltre 300mila organizzazioni non profit italiane (Fonte: Istat) ma anche per la Pubblica Amministrazione sempre più impegnata nel costruire nuovi progetti con i cittadini e per le Imprese Sociali che - secondo i dati dell'ultimo rapporto di Iris Network - possono contare su oltre 540 mila addetti che operano a favore di 5 milioni di beneficiari, generando un valore della produzione che supera i 10 miliardi di euro.

Si stanno aprendo nuovi spazi di azione per il fundraising ed è per questo che negli ultimi anni le istituzioni pubbliche e private stanno legando sempre di più la loro esistenza a strategie di raccolta fondi “mirate e personalizzate”, dove centrale è la figura del fundraiser. Questo cambiamento è osservabile oltre che nel settore non profit anche nella cultura, nella sanità e nelle imprese sociali: veri e propri cantieri che necessitano di nuovi modelli di sostenibilità e di nuovi fundraiser.

Di fronte a questo scenario occorre una visione della raccolta fondi capace di attivare una pluralità di strumenti, come le piatta-

forme tecnologiche e le strategie legate alle nuove ICT oggi indispensabili per ridurre i costi di accesso e aumentare notevolmente le possibilità di contatto. Un esempio è la crescita delle piattaforme di **crowdfunding**: dalle 4 attive nel 2010, oggi sono 54 le piattaforme che hanno pubblicato circa 12mila progetti e raccolto più di 30 milioni di euro (Fonte: Italian Crowdfunding Network). “La professione del fundraiser - afferma **Paolo Venturi**, Direttore di AICCON - sarà sempre più orientata all'imprenditorialità, per questo è fondamentale associare ad una rigorosa conoscenza dei principi e delle tecniche della raccolta fondi una maggiore competenza nel relazionarsi con il mondo della finanza e delle nuove tecnologie assumendo come prospettiva non solo l'accountability ma anche l'impatto sociale. Il fundraising diventa così uno strumento per co-produrre nuovo Valore Sociale”.

Il nuovo calendario formativo

Partecipare ad un corso di The Fund Raising School è un'esperienza formativa innovativa, sia dal punto di vista metodologico (non solo lezioni frontali, ma lavori di gruppo, laboratori, testimonianze, presentazione di case history) sia per l'opportunità di entrare a far parte di un network professionale utile a coloro che sono interessati ad intraprendere la professione del fundraiser.

A partire dai **corsi base per fundraiser alle prime armi**, il calendario presenta tanti corsi specialistici su IMPRESA SOCIALE, SANITÀ, CULTURA, SOCIAL MEDIA E CROWDFUNDING, FONDAZIONI INTERNAZIONALI, ENTI ECCLESIASTICI E RELIGIOSI.

Infine, per chi intende svolgere un percorso formativo di eccellenza nella raccolta fondi sarà possibile ottenere il CERTIFICATO IN FUND RAISING MANAGEMENT (**XV edizione**), certificato di prestigio che mira a fornire le competenze, le conoscenze e gli strumenti necessari per un'efficace gestione delle attività di fundraising ed il CERTIFICATO IN DIGITAL FUNDRAISING (**II edizione**), il primo ed unico certificato in Italia dedicato ai fundraiser che vogliono specializzarsi in strategie digitali per il fundraising.

Scopri il calendario dei corsi 2015!

AICCON

Presentato terzo Rapporto sull'Impresa Sociale



Iris Network, la rete nazionale degli istituti di ricerca sull'impresa sociale presenta, a due anni di distanza dalla seconda edizione, il terzo Rapporto sull'Impresa Sociale curato da **Paolo Venturi** - Direttore di AICCON e **Flaviano Zandonai** - Segretario di Iris Network e ricercatore di Euricse, ricostruisce la geografia dell'impresa sociale in Italia.

L'impresa sociale è al centro di un importante progetto di riforma normativa. Dopo anni di assenza, il legislatore nazionale torna a giocare un ruolo cruciale per rilanciare le imprese che producono beni e servizi per obiettivi di interesse generale in settori - welfare, cultura, tutela ambientale - che sono sempre più determinanti per il benessere delle persone e delle comunità. Il **rapporto Iris Network** propone dati e analisi utili ad alimentare il processo di policy making. Approfondisce le caratteristiche delle imprese sociali che operano di fatto con questa veste - le cooperative sociali - e che si trovano ad affrontare un'importante fase di cambiamento interno e del loro ambiente di riferimento. Analizza poi i principali bacini di imprenditoria sociale che la norma non ha saputo finora adeguatamente “sfruttare”. Organizzazioni - soprattutto nonprofit, ma non solo - che grazie ad una nuova agenda di politiche e a risorse finanziarie dedicate potrebbero emergere, arricchendo l'ecosistema dell'impresa sociale italiana come punto di riferimento a livello europeo.

Scarica il Rapporto

COOP ITALIA

Marco Pedroni eletto presidente di Copernic

Marco Pedroni, Presidente di Coop Italia è stato eletto Presidente di Copernic e Frans Muller, CEO di Delhaize Group, Vice-presidente, per un mandato di 2 anni.

Il Consiglio di Amministrazione è inoltre composto da: Maura Latini Direttore Generale di Coop Italia, Frédéric Legal, aderente E.Leclerc, David Vander Schueren, senior vice-President di Delhaize Europe e Michel-Edouard Leclerc Presidente dei centri E.Leclerc.

Per Coop Italia ha così inizio una nuova stagione di accordi internazionali, a seguito della conclusione dell'esperienza di Centrale Italia, sciolta alla fine del 2014, e della nuova alleanza siglata lo scorso settembre, ma con decorrenza operativa a partire da gennaio 2015. “Sono onorato di questo nuovo incarico -commenta **Marco Pedroni**- e al tempo stesso consapevole che non è più possibile ragionare solo in termini di confini nazionali. La sfida globale e competitiva che ci troviamo a dover affrontare impone un respiro internazionale. Abbiamo di fronte impegni importanti di natura commerciale che si possono tradurre in vantaggi per i nostri soci e consumatori”.

COOP LOMBARDIA

I punti spesa diventano tirocini formativi retribuiti per i giovani

Il lavoro è certamente uno dei problemi più gravi che affliggono la società italiana. Consapevole di questo grave problema sociale Coop Lombardia, insieme a Legacoop Lombardia, ha deciso di promuovere una campagna che, facendo perno sui propri soci, offra ai giovani delle opportunità concrete di avvicinamento al mondo del lavoro.

I soci possono contribuire, in un arco di tempo molto lungo (fino ad Agosto) donando i punti accumulati con le loro spese, in tagli da 200, 500, 1000 punti che potranno liberamente scegliere al momento di effettuare i pagamenti presso le casse dei punti vendita Coop. I punti donati serviranno