



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bfreee



NORTH
CONSULTING

geyc
A way for a better you!



Guida passo passo

Per creare la tua NGO



È necessaria una strategia a medio termine per l'ulteriore sviluppo dell'azione socioeducativa europea e una visione forte che si basa sulla sostenibilità. Uno dei principali fattori per raggiungere la sostenibilità in qualsiasi NGO è la costruzione di un team di persone che lavorano insieme, contribuiscono secondo i loro punti di forza e vedono un percorso professionale nel settore delle NGO. Una delle principali sfide che l'intero settore deve affrontare è trovare le giuste persone impegnate nelle cause e mantenerle attive nel settore.

Con il progetto “Conosci il settore delle NGO. Guida il cambiamento” Befree (Bulgaria), insieme a CONCEPTI (Bulgaria), NORTH (Islanda), GEYC (Romania) e TuF1rst (Italia) mirano a creare un chiaro processo per la selezione, la formazione e l'inserimento dei giovani nelle NGO in tutta Europa, a portare a uno sviluppo più sostenibile del settore e maggiori opportunità per i giovani in termini del loro sviluppo professionale.

Per raggiungere questo obiettivo, tutti i partner hanno partecipato attivamente e condiviso know-how, esperienze e competenze per costruire i moduli di questa guida, creando una produzione intellettuale collettiva che combina diversi prospettive, culturalmente ed economicamente specifiche, da tutta Europa.

La guida può essere facilmente applicata altrove, con alcuni accorgimenti, a seconda della situazione e del periodo nel settore delle NGO dei diversi paesi.

Il progetto “Conoscere il settore delle NGO. Guidare il cambiamento” è finanziato dal programma Erasmus+ ed è attuato con il sostegno finanziario della Commissione Europea.

Target

Questa guida è al servizio delle persone che lavorano all'interno di NGO esistenti e che stanno cercando di ampliare o rafforzare le loro NGO, passare alla leadership e/o avviare la propria NGO. Il lavoro è particolarmente focalizzato su individui che hanno esperienza nel settore delle NGO e stanno cercando di affrontare una sfida/ bisogno/ problema che hanno identificato.



Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni espresse sono tuttavia solo quelle degli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono esserne ritenuti responsabili.



Contenuti

- Intro
- Target
- Contenuti

Fondare la tua NGO

Creare la tua NGO dal punto di vista legale

Imprenditoria sociale

Leadership strategica

Strategia e pianificazione

Budget & Reporting e gestione

Finanziamenti

Comunicazione e pubbliche relazioni

Comunicazione e Competenze digitali

Risorse umane

Fondare la tua ONG

Approfondimento sulla questione che stai affrontando

Se stai cercando di avviare la tua NGO, hai già:

- (1) osservato un problema e hai un'idea di come affrontarlo (es. vedi un problema che vuoi aiutare a risolvere) o hai
- (2) identificato un pubblico a cui si desidera servire (ad es. creare un'associazione dei genitori per rappresentare i genitori nel processo decisionale scolastico) .

Qualunque sia la strada che stai prendendo, devi chiarire e assicurarti che il tuo pensiero su come raggiungere il tuo obiettivo sia corretto.

Per fare arrivare a questo punto, è necessario condurre alcune ricerche approfondite sul problema, sulle persone che sono interessate dal problema e sulla situazione a livello **locale, regionale, nazionale e forse anche internazionale.**

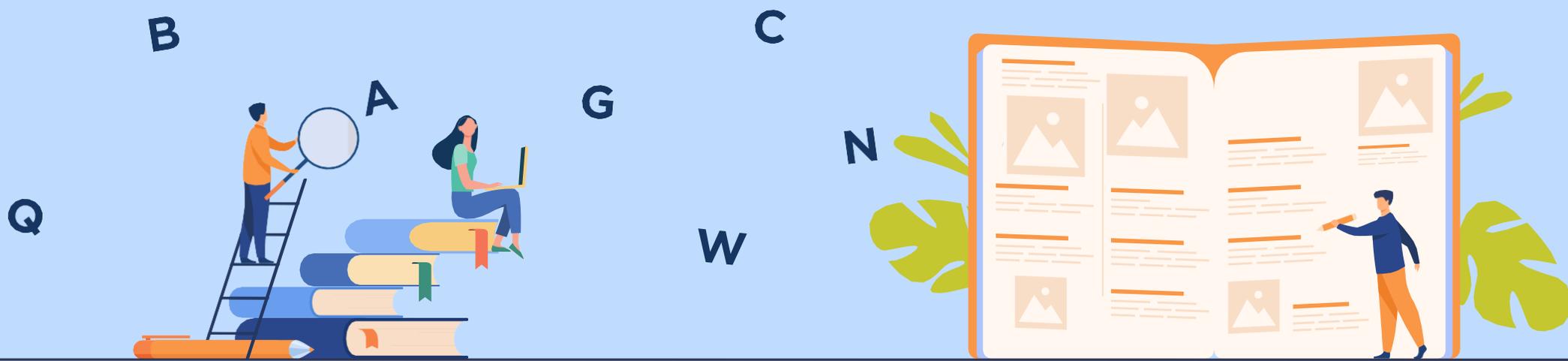




Molte idee sono in gran parte non testate. Ecco perché è importante verificare la tua ipotesi e convalidare la necessità. **Alcune domande da considerare:**

- Come fai a sapere che esiste questo bisogno?
- L'aspetto del problema più ampio che stai cercando di affrontare è chiaro, sai come affrontarlo? Come lo sai?
- Ti sei impegnato con il target che vuoi supportare e hai sentito quali sono i suoi bisogni?
- Sai qual è lo scenario per questo problema sia a livello macro che micro?
- Qualcun altro sta lavorando su questo problema? Se è così, stanno lavorando su questo particolare aspetto del problema?
- Qual è la tua proposta di valore?

C'è qualcuno a livello locale e internazionale da cui puoi imparare?





Inizia raccogliendo le tue informazioni, **impara a conoscere il problema in modo approfondito e fallo senza sosta.**

È importante sottolineare che se la tua idea è quella di servire una popolazione specifica (di cui non fai parte), vai a parlare con le persone di quella popolazione. Scoprire il problema dal loro punto di vista e ascoltare ciò che dicono è necessario per affrontare il problema. Probabilmente imparerai che ciò che pensavi fosse necessario è diverso da ciò che è effettivamente necessario. È allettante sedersi al di fuori di un problema e offrire una soluzione;

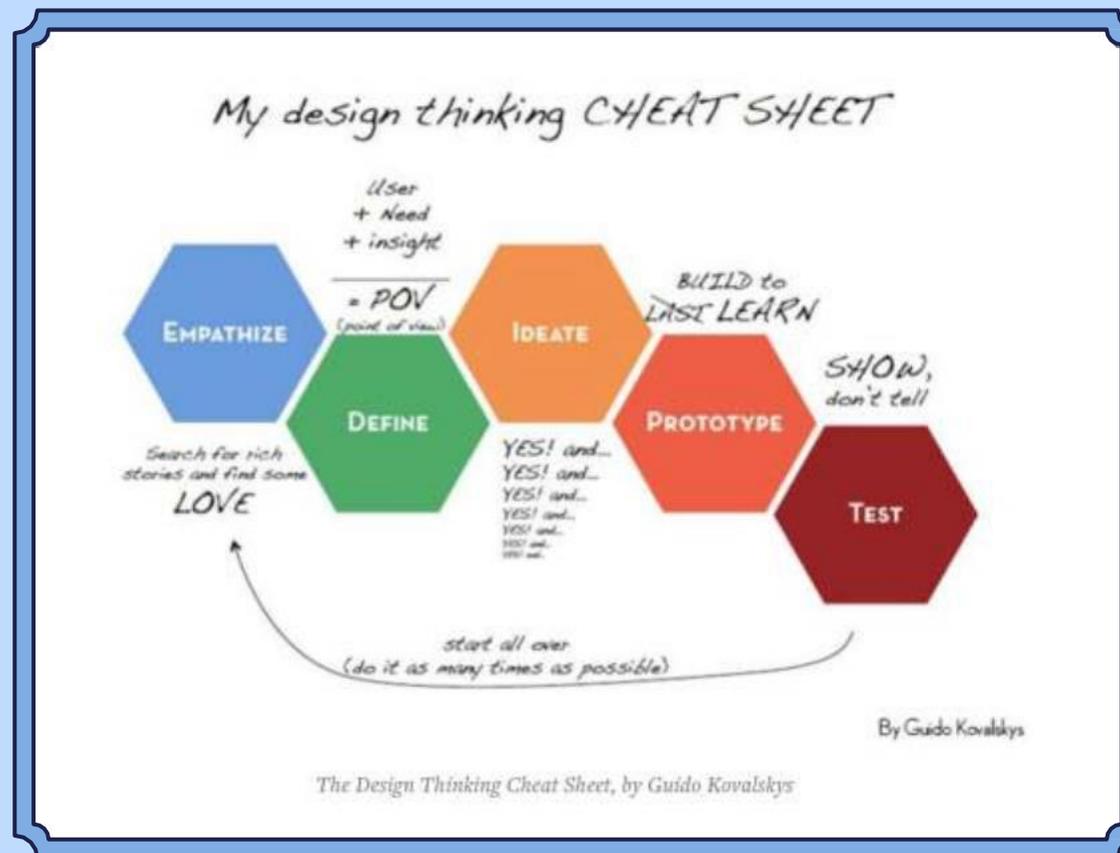
devi inserirti nel problema e ascoltare attentamente le persone più colpite.

È fantastico che tu voglia portare un cambiamento positivo nel mondo e tu voglia aiutare le persone. Tuttavia, potresti scoprire che la tua soluzione deve essere fornita in modo diverso. **Assicurati solo di risolvere il vero problema e non i suoi effetti.**



Ci sono molte strategie che puoi usare per capire a fondo un problema. Il **design thinking** è un metodo collaudato che inizia analizzando l'utente finale. Applicare con attenzione un pensiero progettuale al processo per il tuo apprendimento **assicurerà che inizierai imparando da coloro che cerchi di servire.**

Il processo di Design Thinking è generalmente definito da cinque fasi:





Enfatizzare: ricerca e comprendi le esigenze dei tuoi utenti. Questo è il passaggio più importante, ecco perché è importante approfondire e utilizzare uno strumento chiamato [Mappa dell'Empatia](#).

Definire: le informazioni devono essere organizzate (dalla Mappa dell'Empatia). Sulla base dell'osservazione, i problemi centrali devono essere definiti. La definizione del problema e dell'affermazione del problema deve essere eseguita in modo centrato sull'individuo. Puoi usare [l'albero dei problemi](#) per aiutarti a creare la tua dichiarazione del problema. In questa fase, inizierai a passare alla terza fase, la fase di ideazione.

Ideare: un ottimo modo per ideare soluzioni è rispondere alle domande: come potremmo...? e se...? idee di brainstorming, ipotesi di sfida (ci sono molte [tecniche di brainstorming](#) e usarle intenzionalmente è efficace).

Prototipo: iniziare a creare soluzioni/prodotti/metodi per affrontare il problema in questione. Crea soluzioni e costruisci per imparare, non per durare.

Test: è qui che provi (controlla i tuoi prototipi), mostra (torna dai tuoi utenti finali e beneficiari e guarda come questo soddisfa le loro esigenze) e ottieni feedback (vedi cosa funziona, cosa no) con lo scopo di evolverlo/migliorarlo - ricominciare da capo. Questo ciclo deve essere eseguito il più frequentemente possibile. L'ITERAZIONE: prendi ciò che impari e ricollegalo e apporta le modifiche necessarie

Link utili:

[Metodi di design thinking in dettaglio](#)

[Guida al processo di Design Thinking](#)





Proposta di valore

Quando esplori il modello di business di una NGO, inizia con la domanda: **"che valore stai creando per il tuo pubblico di destinazione e, cosa più importante, per la società?"**



Quando le aziende utilizzano il Business Model Canvas (BMC) nelle attività commerciali, spesso iniziano con i clienti, perché in definitiva sono al centro dell'attività. Naturalmente, **questo è il caso anche per le NGO**, che cercano di servire i loro beneficiari.

Quando crei una NGO hai un **valore di impatto sociale**. La proposta di valore di impatto è definita come i risultati e i benefici sociali generati attraverso la NGO. Questo impatto sociale deve essere definito e articolato.

Links utili:

[Tela della proposta di valore](#)

[Spiegazione della proposta di valore dell'impatto](#)





Creare la tua NGO dal punto di vista legale



Ci sono molte questioni legali che devi conoscere mentre lavori per fondare la tua NGO. È essenziale comprendere che questi problemi e processi non sono solo specifici per paese, ma possono anche essere regionali. È tua responsabilità ricercare e conoscere le leggi e le procedure per il luogo esatto in cui stabilirai la tua ONG. Inoltre, alcuni paesi forniscono questa guida attraverso i siti web del governo, mentre in altri paesi questa guida può essere trovata sui siti web esterni, per esempio di avvocati o studi legali. In entrambi i casi, è altamente raccomandato usufruire di una consulenza legale, soprattutto se qualcosa nelle leggi o nei processi legislativi non è chiaro.

Di seguito troverai alcune informazioni introduttive su ciascuno dei paesi partner di Causeland. Qui noterai che alcuni siti sono federali, altri regionali e altri di persone giuridiche.



 **Bulgaria**

In Bulgaria la tua NGO può avere 2 forme: Fondazione o Associazione e sta a te scegliere quale preferisci e quale può servire meglio alla tua missione e al tuo scopo. La differenza principale sta nella struttura che la tua NGO avrebbe a seconda del modulo che scegli.

Un'altra cosa che dovresti decidere è se la tua NGO sarebbe per uno scopo pubblico o privato. Ti consigliamo di scegliere quella pubblica (in questo modo avrai accesso a maggiori possibilità di finanziamento e collaborazione con le autorità).

Quando hai preso la tua decisione devi fissare i tuoi obiettivi, trovare i tuoi co-fondatori (3 persone per la fondazione e 7 per l'associazione) e iscrivere la nel [registro delle imprese e nel registro delle persone giuridiche senza scopo di lucro](#). Se tutto è fatto correttamente, la tua NGO sarà pronta in 3 giorni e potrai iniziare a lavorare per la tua causa.

[Qui](#) puoi trovare una spiegazione dettagliata dei passaggi (in bulgaro. Se hai bisogno di assistenza in inglese puoi contattare [YuYa Consult](#) o [Bfree](#))



Islanda

Per registrare una NGO in Islanda è necessario registrarsi online presso [l'ufficio delle imposte](#). Non tutto è disponibile nella versione inglese del sito, quindi tienilo presente. Inoltre, ciò in cui invii all'ufficio delle imposte deve essere in islandese.

Ecco il [modulo di registrazione](#)

Ecco un [esempio di statuto](#)

Per registrare un "vero proprietario" della NGO utilizzare questo [modulo](#)

Questo è un [video molto utile](#) con istruzioni passo passo in inglese sulla registrazione di una NGO in Islanda, inizia alle 6:40.

[Come avviare un'attività in Islanda](#)



 **Italia**

La costituzione di un'organizzazione senza scopo di lucro in Italia richiede diversi passaggi e ci sono numerosi aspetti legali da adempiere per gestire con successo un'organizzazione.

Le associazioni senza scopo di lucro in Italia sono persone giuridiche ai sensi della legislazione italiana che operano a fini di beneficenza. Il concetto di NGO non ha una definizione giuridica specifica in Italia, ma il termine è in parte definito nel [concetto di ONLUS](#), che si riferisce ad un'organizzazione senza scopo di lucro a fini sociali. In Italia le fondazioni ricadono sotto la regolamentazione del Diritto Civile e possono assumere solo la forma di NGO private autonome. Il processo di costituzione di una NGO richiede la preparazione delle parti interessate trattandosi di un processo in più fasi, compreso quello che precederà la formazione vera e propria e la registrazione presso le autorità.

Per saperne di più sul processo di costituzione e gestione di una NGO, fare riferimento ai seguenti link:

[Scopri informazioni più dettagliate su come costituire una ONG secondo la normativa italiana.](#)

[Per saperne di più sul processo di costituzione di una ONG e sulla documentazione necessaria per il progetto, dai un'occhiata a questo sito web.](#)

[Una guida alle fondazioni comunitarie in Italia](#)

[Una guida per costituire le ONG in Italia, le normative da seguire e le tasse da pagare \(questa pagina è in italiano, imposta il traduttore nella tua lingua\)](#)



Romania

In Romania, la costituzione di una NGO è regolata dall'Ordinanza Governativa n. 26/2000 e dalla Legge n. 276/2020 di modifica del precedente atto legislativo.

Secondo OG n. 26/2000, puoi diventare socio di una NGO a tuo nome, ma anche tramite una società a responsabilità limitata (SRL) o altra persona giuridica. Possono essere soci anche i minori di 14 anni, ma solo con il consenso dei genitori o dei tutori legali. Inoltre, i cittadini stranieri possono essere membri di alcune NGO rumene.

Legge n. 276/2020 apporta una serie di novità che facilitano la costituzione di una NGO, nonché lo sviluppo dell'attività. Così, a partire dal 5 dicembre 2020, data di entrata in vigore della legge, non è più necessario ottenere il consenso dei vicini per insediare una NGO in un appartamento. Inoltre, non è più necessario che una NGO abbia una costituzione, ma solo lo statuto per essere riconosciuta.

Inoltre, la legge n. 276/2020 prevede anche la riduzione del patrimonio minimo di una fondazione. Se in precedenza il patrimonio minimo era di cento salari minimi lordi, quindi 223.000 lei, con l'entrata in vigore della legge n. 276/2020, il suo valore è diminuito in modo significativo, fino a dieci salari minimi lordi, attualmente, 22.300 lei. Inoltre, non sussiste più l'obbligo di depositare un patrimonio minimo di 200 lei, per costituire un'associazione.

Puoi scoprire di più sui passaggi [qui](#), scoprire di più su come nominare la tua ONG e creare un fondo di partenza [qui](#), scoprire come accelerare il processo [qui](#) e avere una panoramica di tutti i documenti [qui](#)



Imprenditoria sociale

L'imprenditoria sociale è un approccio in cui si **sviluppa, finanzia e si implementano soluzioni a problemi sociali, culturali o ambientali**. Questo concetto può essere applicato a un'ampia gamma di organizzazioni, che variano per dimensioni, obiettivi e valori.

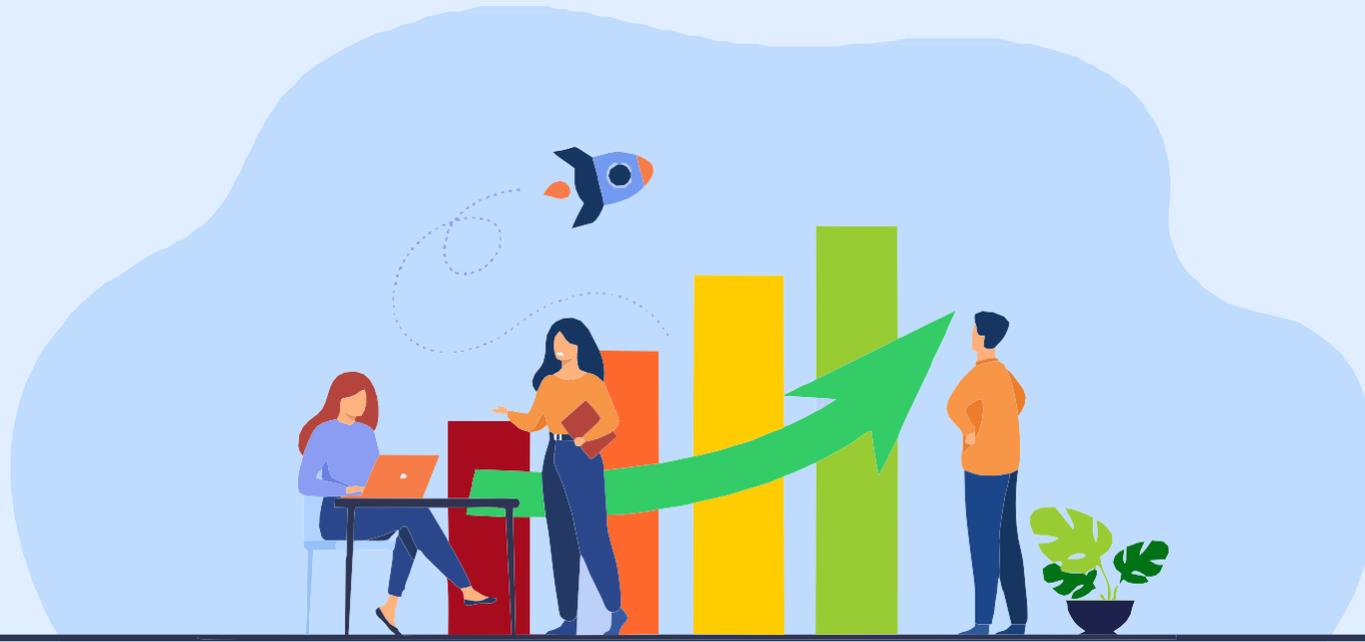
L'imprenditoria sociale in genere tenta di promuovere gli ampi obiettivi sociali, culturali e ambientali spesso associati al settore del volontariato, in aree quali l'alleviamento della povertà, l'assistenza sanitaria e lo sviluppo della comunità. Gli imprenditori a scopo di lucro in genere misurano le prestazioni utilizzando metriche aziendali come profitti, ricavi e aumenti dei prezzi delle azioni. Gli imprenditori sociali, d'altra parte, o stanno costruendo organizzazioni senza scopo di lucro, oppure **fondono obiettivi di profitto con la generazione di un positivo "ritorno alla società"**. Pertanto, utilizzano spesso un insieme più ampio di metriche.



Organizzazioni non profit e imprese sociali di NGO

È bene comprendere parte della terminologia utilizzata quando si parla di imprenditoria sociale, poiché esistono diversi metodi per raggiungere gli obiettivi dell'imprenditoria sociale. Le imprese sociali, le ONG e le organizzazioni non profit funzionano secondo alcuni valori sovrapposti e alcuni modelli finanziari sovrapposti, tuttavia in molti casi rimangono distinte. La sovrapposizione principale può essere trovata tra ONG e organizzazioni non profit. Sebbene tutte le ONG siano senza scopo di lucro, a seconda del paese e del contesto, non tutte le organizzazioni senza scopo di lucro sono ONG.

Sia le ONG che le organizzazioni senza scopo di lucro utilizzano le loro entrate in eccesso per raggiungere il loro scopo o "missione", piuttosto che distribuire le loro entrate in eccesso ai direttori dell'organizzazione (o equivalenti) come profitto. Entrambi operano anche in un modo unico, cercando supporto da parte di governi, donatori o attraverso quote associative.



Un'organizzazione non governativa (NGO in inglese e ONG in italiano) è un gruppo che funziona indipendentemente da qualsiasi governo. Di solito è senza scopo di lucro. Le NGO, **a volte chiamate organizzazioni della società civile**, sono istituite a livello comunitario, nazionale e internazionale per servire un obiettivo sociale o politico come una causa umanitaria o la protezione dell'ambiente.

- Le NGO svolgono un ruolo importante nello sviluppo internazionale, negli aiuti e nella filantropia.
- Le NGO fanno affidamento su una varietà di fonti di finanziamento, da donazioni private e quote associative a sovvenzioni governative.
- Le NGO di advocacy lavorano per influenzare le politiche pubbliche.
- Alcune famose NGO includono la Croce Rossa, l'Esercito della Salvezza e Amnesty International.



Le **imprese sociali** sono, nella maggior parte dei casi, strutturate a scopo di lucro e **possono assumere la forma di una cooperativa, di un'organizzazione mutualistica o di un'impresa sociale**. Un'impresa sociale utilizza il denaro ricavato dalla vendita di un bene o servizio per promuovere una causa. Le imprese sociali hanno tradizionalmente operato su un ROI misto (ritorno sull'investimento), che è un mix di ROI sociale e finanziario. **Mettono parte delle loro entrate per una causa sociale e parte delle loro entrate per promuovere il loro bene o servizio.**



Una no-profit è un'organizzazione che investe tutti i soldi che raccoglie in una questione sociale. Le organizzazioni non profit operano con un ROI sociale quasi assoluto, **assegnando quasi tutte le entrate verso la propria missione.**



Leadership strategica



Cos'è la strategia e come usarla

Una volta costituita la tua NGO, sei pronto per iniziare a pensare in modo strategico al tuo lavoro. La strategia della tua NGO e la gestione di tale strategia implicano la chiara articolazione del tuo lavoro e la definizione delle priorità e attuazione dei principali obiettivi e scopi della tua NGO.

Ciò include definire una missione, una visione e valori fondamentali, progettare il tuo modello di business, definire i tuoi obiettivi (sia a lungo che a breve termine), scrivere un piano strategico come tabella di marcia per la tua implementazione.



Questi obiettivi e scopi sono determinati ascoltando attentamente tutti i tuoi stakeholder, comprendendo i limiti delle risorse a disposizione della tua NGO e dalla tua attenta valutazione e comprensione del contesto della tua NGO.

Questi includono cultura, storia e bisogni locali/nazionali, cosa stanno facendo le altre NGO e chi altro sta cercando risorse simili. **Il piano strategico per la tua NGO chiarisce la direzione della NGO.** Creerai la sua missione, i valori, gli obiettivi principali, le politiche e i piani e come allocare le risorse in modo appropriato. **Una strategia efficace e il suo piano non sono statici.** Sono in un ciclo di feedback costante che monitora i progressi. Usi quei progressi per informare il tuo prossimo round di pianificazione. Inoltre, una strategia e un piano aiutano nel processo decisionale. **Chiariscono l'esigenza unica a cui si rivolge la tua NGO.** Ti aiutano a decidere cosa "non fare" e ad allineare tutti i progetti e le attività in modo che lavorino insieme per raggiungere la tua missione.

[Modelli di pianificazione strategica](#)



Scopo e visione

Lo scopo ti tiene centrato sul motivo **per cui** esisti, la visione ti **allinea** con il tuo obiettivo e la missione rafforza il modo in cui lo realizzerai. **Fatto bene, il tuo scopo ti ispirerà e ti motiverà ogni giorno e potrebbe ispirare il tuo pubblico.**



Scopo: Detto semplicemente, il tuo scopo è il motivo per cui la tua NGO esiste ed è ciò che guida ogni persona nella tua NGO. Le persone si sentono bene con il proprio lavoro quando raggiungono i grandi obiettivi e anche durante il processo perché credono nello scopo. **Il tuo scopo è il fulcro di tutte le altre tue affermazioni guida.** Lo scopo risponde alla domanda sul perché stai facendo quello che stai facendo ed è lo scopo che unisce la tua missione e la tua visione. Per definire chiaramente il tuo scopo dovrai approfondire la morale e l'etica che ti guidano e la sfida che la tua NGO sta cercando di affrontare.



La **visione** è dove sta andando la tua NGO. **È come sarà il futuro tra 5 e 10 anni se raggiungerai i tuoi obiettivi ed è la forza trainante di come la tua NGO definisce il successo.** Di solito viene creato dal team di leadership e/o dall'esecutivo che poi lo utilizza per aiutare il team e tutte le parti interessate a entusiasmarsi per ciò che stanno facendo e per cui lavorano. Una visione ben concepita consiste di due componenti principali: **l'ideologia centrale e il futuro immaginato.** La tua ideologia fondamentale è il tuo scopo, è il motivo per cui esisti e il futuro immaginato è ciò che aspiri a diventare, a raggiungere, a creare, qualcosa che richiederà cambiamenti e progressi significativi per essere raggiunto.



Link utili:

[Scopo, o perché fai quello che fai.](#)

[Visione.](#)



Missione

*Prima di scrivere la tua missione hai già definito e convalidato la questione strategica che intendi affrontare. Una volta che è chiaro, sei pronto per definire la tua missione.



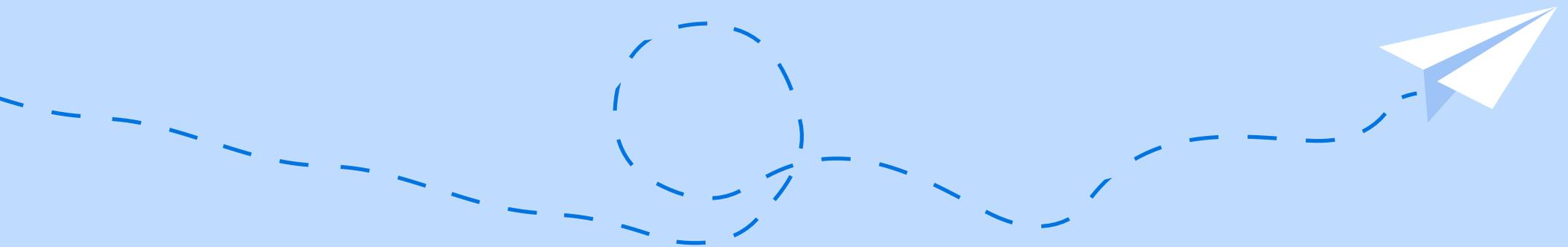
Una missione è una dichiarazione **breve** e **chiara** che dice al mondo perché quello che stai facendo è importante. Ti dice come stai soddisfacendo quel bisogno. **Ti tiene responsabile di ciò che dici.**

Ora che sai cosa vuoi fare, è tempo di articolarlo chiaramente per iscritto. Questo richiederà pratica e probabilmente scriverai molte volte fino a quando non avrai capito bene. Cosa significa giusto?

- Breve, chiaro, senza parole in più
- Dice cosa farai, con/per chi

Se hai altri membri della tua squadra per fondare la tua NGO, fai tutto questo lavoro insieme. Se non lo fai, raduna degli amici che ti aiutino a pensare. Un modo efficace per iniziare è attraverso la narrazione. Questo è un seminario che puoi condurre con le persone per aiutarti a scrivere una dichiarazione di intenti efficace. (Come bonus aggiuntivo, imparare a condurre workshop come questo fa parte della costruzione della tua capacità di comunicazione e facilitazione; entrambi sono essenziali per guidare un'organizzazione).

[Laboratorio di scrittura della missione](#)



Valori fondamentali

I valori fondamentali sono un modo per impostare intenzionalmente la cultura unica della tua NGO. La cultura è ciò in cui credi e come tratti le persone. Sono le aspettative che hai e i valori che ti guidano. Ogni organizzazione ha una cultura. È meglio creare il tuo con attenzione.



In qualità di fondatore o membro del team fondatore, devi essere premuroso, pedante e altamente intenzionale nel determinare i valori fondamentali della tua ONG. Se fatto bene, i tuoi Valori Fondamentali determinano come farai il tuo lavoro. Stabiliranno la cultura che desideri creare. Determinare 3-5 valori fondamentali per la tua ONG ti aiuterà a guidare la tua ONG sia internamente che esternamente. **I tuoi valori fondamentali**, e la tua missione, ti aiutano a prendere decisioni. Dovrebbero aiutarti a determinare la tua struttura organizzativa. Inoltre come: comunicare, sviluppare relazioni, assumere, formare il tuo personale, strutturare e costruire il tuo Consiglio, risolvere conflitti e servire i tuoi stakeholder. (Gli stakeholder sono tutte le persone che sono influenzate dalla tua ONG. Ad esempio sono i tuoi dipendenti, beneficiari, consiglio di amministrazione e donatori).

[Questo post fornisce esempi di valori fondamentali e esempi di vita reale](#)

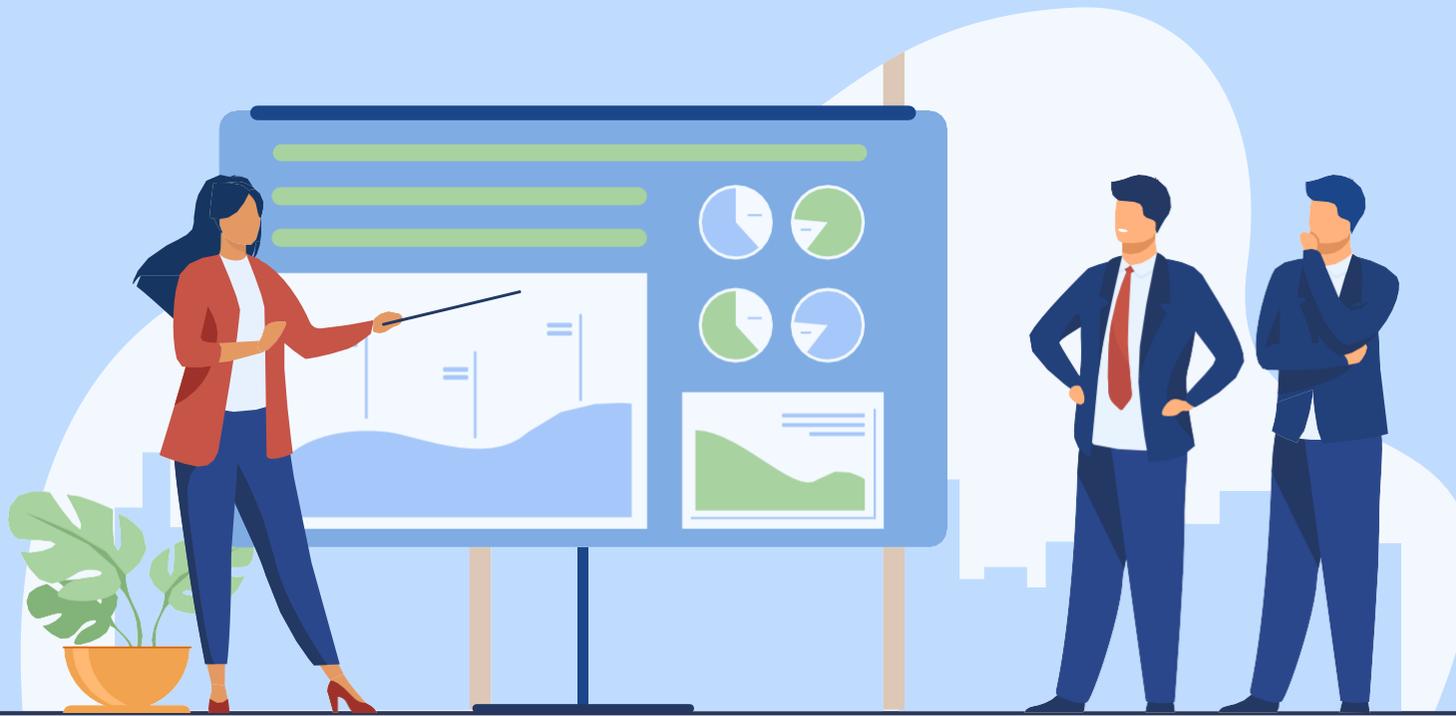


Strategia e pianificazione



Esistono diversi **strumenti pratici** che possono essere utilizzati per la strategia e le fasi di pianificazione di una NGO. Qui quelli suggeriti saranno i seguenti:

- Strategia Oceano Blu
- I 6 cappelli del pensiero
- Design thinking (vedi sopra Approfondimento sulla questione)
- The problem Tree (vedi sopra Approfondimento sulla questione)
- Business Model Canvas (BMC)
- Analisi SWOT
- Obiettivi più intelligenti
- Pianificazione a breve, medio e lungo termine



Un ottimo punto di partenza è: **Blue Ocean Strategy**

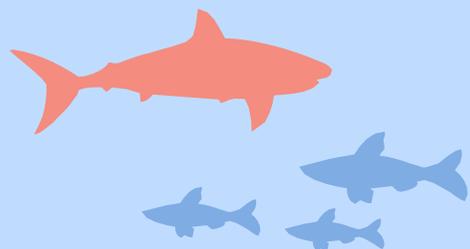
Lo strumento stimola la creatività e identifica i servizi di nicchia. È un ottimo strumento per rivelare l'unicità dell'organizzazione, in tutti i modi in cui si distingue.

La definizione dei fondatori:

“BLUE OCEAN STRATEGY è la ricerca simultanea della differenziazione e del basso costo per aprire un nuovo spazio di mercato e creare nuova domanda. Si tratta di creare e conquistare uno spazio di mercato incontrastato, rendendo così irrilevante la concorrenza. Si basa sull'idea che i confini del mercato e la struttura del settore non sono scontati e possono essere ricostruiti dalle azioni e dalle convinzioni dell'industria dei giocatori.”

Blue Ocean Strategy
in poche parole - vedi il grafico:

fonte: Blueoceanstrategy.com



I 6 cappelli del pensiero

I 6 cappelli del pensiero di Eduard De Bono è uno strumento che aiuta le persone a impegnarsi nel "pensiero laterale", un metodo per risolvere i problemi indirettamente, spesso in modi creativi e sorprendenti. Il pensiero laterale significa semplicemente uno focalizzato sul laser.

Ogni cappello ha il suo ruolo e significato. In un gruppo di 4-5 persone a seconda dei problemi possono essere utilizzati diversi cappelli.

Cappello blu è il processo - pensare alla progettazione dell'attività. Che cosa è necessario pensare. Tutti i cappelli saranno inclusi? È il piano dell'azione. Questo è il Cappello del Facilitatore del gruppo.

Cappello verde è per la creatività - vengono raccolte idee, alternative, possibilità, soluzioni ai problemi del cappello nero.

Cappello bianco sta per fatti - tutte le informazioni e i dati disponibili. È fatto in modo neutrale e obiettivo. Non sono coinvolte emozioni.

Cappello giallo è sinonimo di vantaggi - vengono presentati tutti gli aspetti positivi. Le idee «E se». Quali sono le cose che sono già state fatte e hanno funzionato bene?

Cappello rosso sta per sentimenti - qui è coinvolta l'intuizione, le intuizioni sono benvenute, come si sentono tutti al riguardo. Il pensiero logico è escluso.

Cappello nero sta per attenzione - difficoltà, debolezze, pericoli, individuazione dei rischi - cosa potrebbe andare storto?



Cappello blu- **Process**

Pensare sul processo del pensiero
Quale pensiero è necessario?
Organizzare il pensiero
Pianificare l'azione



Cappello verde - **Creatività**

Idee, alternative, possibilità.
Soluzioni ai problemi del cappello nero.



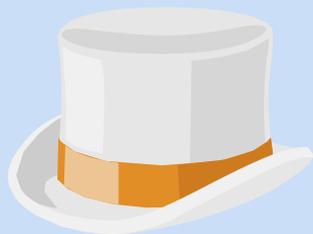
Cappello rosso- **Sentimenti**

Intuizione, intuizioni, istinto.
I miei sentimenti in questo momento.
I sentimenti possono cambiare.
Non vengono fornite ragioni.



Cappello giallo - **Benefici**

Positivo, più punti.
Perché un'idea è utile.
Vengono fornite ragioni logiche.



Cappello bianco- **Fatti**

Informazioni e dati.
Neutrale e oggettiva.
Cosa so?
Cosa devo scoprire?
Come otterrò le informazioni di cui ho bisogno?



Cappello nero - **Attenzione**

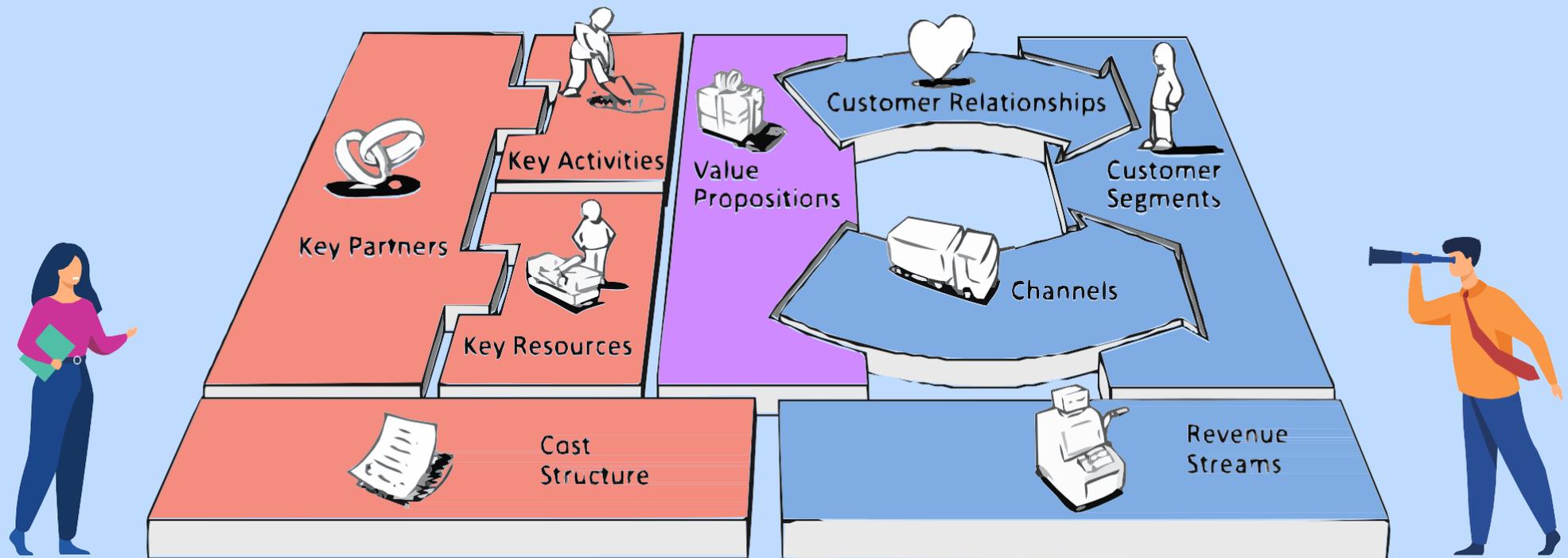
Difficoltà, debolezze, pericoli.
Individuazione dei rischi.
Vengono fornite ragioni logiche.

Business Model Canvas

Fare un Business Model Canvas è assolutamente essenziale per un'organizzazione. **Almeno una volta all'anno.** Un modello di business è semplicemente un piano che descrive come un'azienda intende fare soldi. Si spiega chi è la tua base di clienti, come offri loro valore, come guadagni e spendi denaro. Quanto più frequentemente viene rivisto, tanto migliore sarà la chiarezza. **La tua ONG non è un business, ma non significa che non devi prestare attenzione al modello con cui opera.**



Il Business Model Canvas (BMC) consente di definire questi diversi componenti su una singola pagina. **Questo documento di una pagina contiene nove riquadri che rappresentano diversi elementi fondamentali della tua attività** (segmenti di clienti; relazioni con i clienti; canali; flussi di entrate; attività chiave; risorse chiave; partner chiave; struttura dei costi; proposta di valore)



Il lato destro della tela si concentra sul cliente o il mercato (fattori esterni che non sono sotto il tuo controllo) mentre il lato sinistro della tela si concentra sull'attività (fattori interni che sono per lo più sotto il tuo controllo). Nel mezzo, ottieni le proposte di valore che rappresentano lo scambio di valore tra la tua azienda e i tuoi clienti.

I segmenti di clientela riflettono chi sono le persone che pagano per o sono i beneficiari del prodotto/servizio. Molte volte sono anche i beneficiari, ma spesso clienti e beneficiari potrebbero essere diversi gruppi, soprattutto nel caso di una ONG. **I clienti qui devono essere visti come persone, entità che finanziano le attività.**

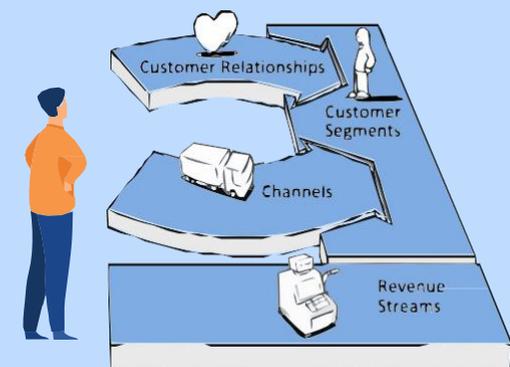
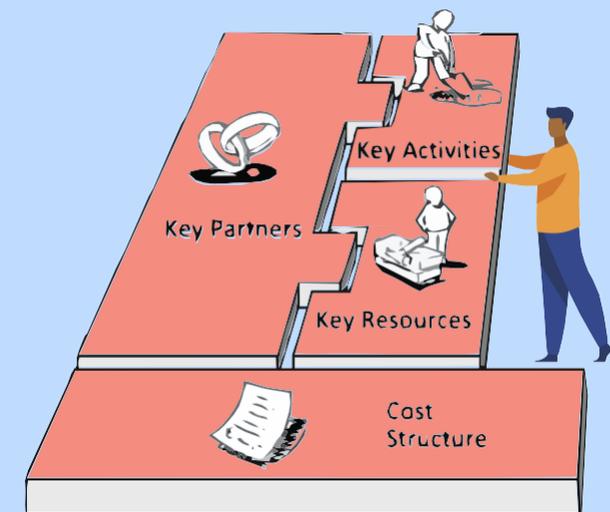
Le relazioni con i clienti e i canali sono i ponti che connettono la tua soluzione con i clienti e i beneficiari.



La proposta di valore è la ragione per ottenere questi fondi - inclusa la dimensione del problema, come viene affrontato/qual è la soluzione.

Partner, attività e risorse chiave è l'infrastruttura (tutte le risorse disponibili) alla ONG, e la **struttura dei costi e i flussi di entrate** riguarda i dati finanziari della ONG.

[Qui](#) puoi capire meglio il funzionamento dello schema:
[Qui](#) puoi trovare un esempio di BMC usato in una NGO



Strumenti per la pianificazione strategica e operativa

Analisi SWOT e come utilizzarla

Ora che sai chi e perché stai fondando una ONG, puoi iniziare il compito essenziale della pianificazione strategica. **Può essere opprimente esaminare un problema mentre determini come e cosa fare per affrontarlo.** SWOT, è un **chiaro approccio sistemico per aiutarti a stabilire le priorità dei tuoi obiettivi.**

S – Punti di forza

W – Debolezze

O – Opportunità

T – Minacce

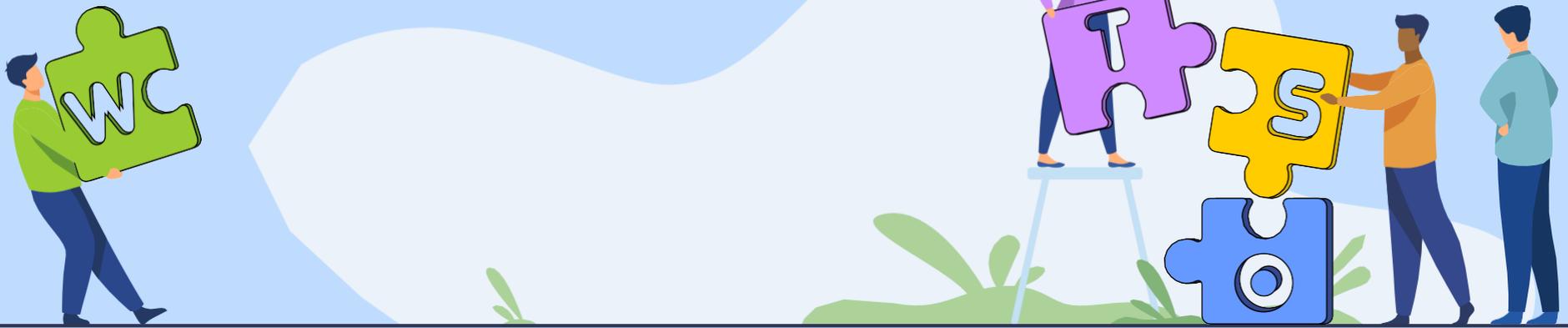


I punti di forza e di debolezza sono interni alla tua azienda. Sono cose su cui hai un certo controllo e che puoi cambiare.

Le opportunità e le minacce sono esterne. Sono cose che accadono al di fuori della tua azienda, nel mercato più ampio. Puoi sfruttare le opportunità e proteggerti dalle minacce, ma non puoi cambiarli.

In questa fase non hai una ONG pienamente funzionante con un team diversificato per raccogliere informazioni per uno SWOT. Invece, troverai diverse parti interessate e voci per fornire informazioni sulla tua iniziativa. **Ricorda, punti di vista multipli e diversi rafforzeranno la tua analisi e ti aiuteranno a prendere decisioni valide riguardo al tuo lavoro.** Una volta che hai un team completo, assicuraresti di avere voci da ogni dipartimento nelle successive analisi SWOT.

[Analisi SWOT guida passo passo](#)



Obiettivi intelligenti

"Un obiettivo senza un piano è solo un desiderio".

Sebbene più comunemente noti come obiettivi intelligenti, imparerai gli obiettivi intelligenti. Gli obiettivi intelligenti sono **uno strumento per una comunicazione, una gestione e un'attuazione efficaci dei tuoi obiettivi**. Qui è importante capire la differenza tra obiettivi e obiettivi.

Gli obiettivi sono i risultati distinti dell'incarico o del progetto.

Gli obiettivi sono i passaggi determinati che dirigeranno il pieno completamento degli obiettivi del progetto.

S – specifico

M – misurabile

A – raggiungibile

R – rilevante

T - vincolato nel tempo/tracciabile

E - etico/ecologico

R - dotato di risorse/ relazionale

[Guida agli obiettivi più intelligenti](#)

[Foglio di lavoro intelligente](#)



Pianificazione a breve, medio e lungo termine

Potresti sentire di dover fare tutto in questo momento. **Il problema è che non puoi fare tutto allo stesso tempo.** Vuoi fare un lavoro di alta qualità per avere il massimo impatto. **Dai un'occhiata agli obiettivi intelligenti che hai creato.** Alcuni di essi sono obiettivi a lungo o medio termine e alcuni di essi sono obiettivi a breve termine. La pianificazione a **breve termine** si concentra sulla risoluzione dei problemi attuali e richiede 12 mesi o meno. La pianificazione a **lungo termine** è più complessa e tattica e richiede più tempo, di solito nell'arco di 5 anni. La pianificazione a **medio termine** generalmente rientra nel periodo di 2-3 anni.



Assicurati di non avere troppi obiettivi su cui stai lavorando contemporaneamente. Una volta che hai un'idea di base del lasso di tempo per ciascuno dei tuoi obiettivi, torna indietro e controlla che i tuoi tempi siano realistici. Dopo aver confermato la tua linea temporale stimata, probabilmente dovrai dare la **priorità** ai tuoi obiettivi o addirittura modificarne alcuni. Ogni volta che lavori sui tuoi obiettivi e dai loro priorità, devi **rivisitare** il piano strategico per assicurare l'allineamento.

Quando raggiungi vari obiettivi e rivaluta il tuo contesto e la tua situazione, potresti scoprire che dovrai modificare, perfezionare o persino ridefinire gli obiettivi esistenti non raggiunti. **Questo processo è continuo e iterativo in ogni momento.** Vuoi rimanere concentrato e chiaro su dove stai andando e lo bilancia con flessibilità, agilità e calma reattività.

Ricorda che alcuni dei tuoi più grandi obiettivi potrebbero essere lontani molti anni. Questi sono spesso gli obiettivi più stimolanti. **Mantieni quegli obiettivi dove puoi vederli.** Nei giorni difficili ti aiuteranno a concentrarti e a rimanere ispirato.



Budget & Reporting e Finanziamenti



Budget & Reporting

Bilancio d'esercizio

Un rendiconto finanziario non profit/ONG è uno strumento fondamentale per gestire e rendicontare in modo trasparente la tua realtà finanziaria. È una registrazione delle entrate e delle spese della tua ONG. Anche il tuo rendiconto finanziario dimostra che la tua ONG ha speso entrate da donatori, sovvenzioni, quote associative e altre fonti come previsto e che sono in linea con la tua missione.

Il tuo rendiconto finanziario dovrebbe includere:

- **Reddito:** generalmente, questo include regali, sovvenzioni, quote associative e entrate da eventi di raccolta fondi o investimenti.
- **Spese:** generalmente, questo include le spese in due categorie principali
 - Spese generali: comprese le spese di gestione, generali e di raccolta fondi (es. affitto, utenze), ecc.
 - Spese del programma: associate all'adempimento della tua missione (costo delle forniture per i programmi che esegui/offri, ecc.).

[Modello di rendiconto finanziario](#)



Opportunità di finanziamento Compresa la Commissione Europea, Fondi regionali e nazionali



Per accedere ai finanziamenti nel settore delle ONG devi prima avere un **obiettivo chiaramente definito** che soddisfi i criteri per le organizzazioni non governative nel tuo paese più quello della Commissione Europea e una struttura conforme al quadro giuridico. Ciò significa che **dovrai avere scopi e obiettivi; una struttura organizzativa; un consiglio di amministrazione e di solito un'idea progettuale innovativa.**

Tutti i finanziamenti sono accompagnati da obblighi di rendicontazione che richiederanno alle organizzazioni la capacità di **misurare i risultati e l'impatto del loro lavoro.** Una componente essenziale dovrebbe sempre essere il **coinvolgimento del gruppo target** in tutte le fasi, dall'ideazione alla valutazione.



Il finanziamento può assumere molte forme, tra cui:

Donazione individuale

Sovvenzioni europee

Sovvenzioni dal governo nazionale locale

Sponsorizzazione da società commerciali inclusa la promozione del marchio

Raccolta di fondi

Sovvenzioni da Trust e Fondazioni

Il tempo e la competenza dell'individuo

Dare buste paga

Donazioni in natura (quando qualcuno dà qualcosa di diverso dal denaro reale)

Eventi

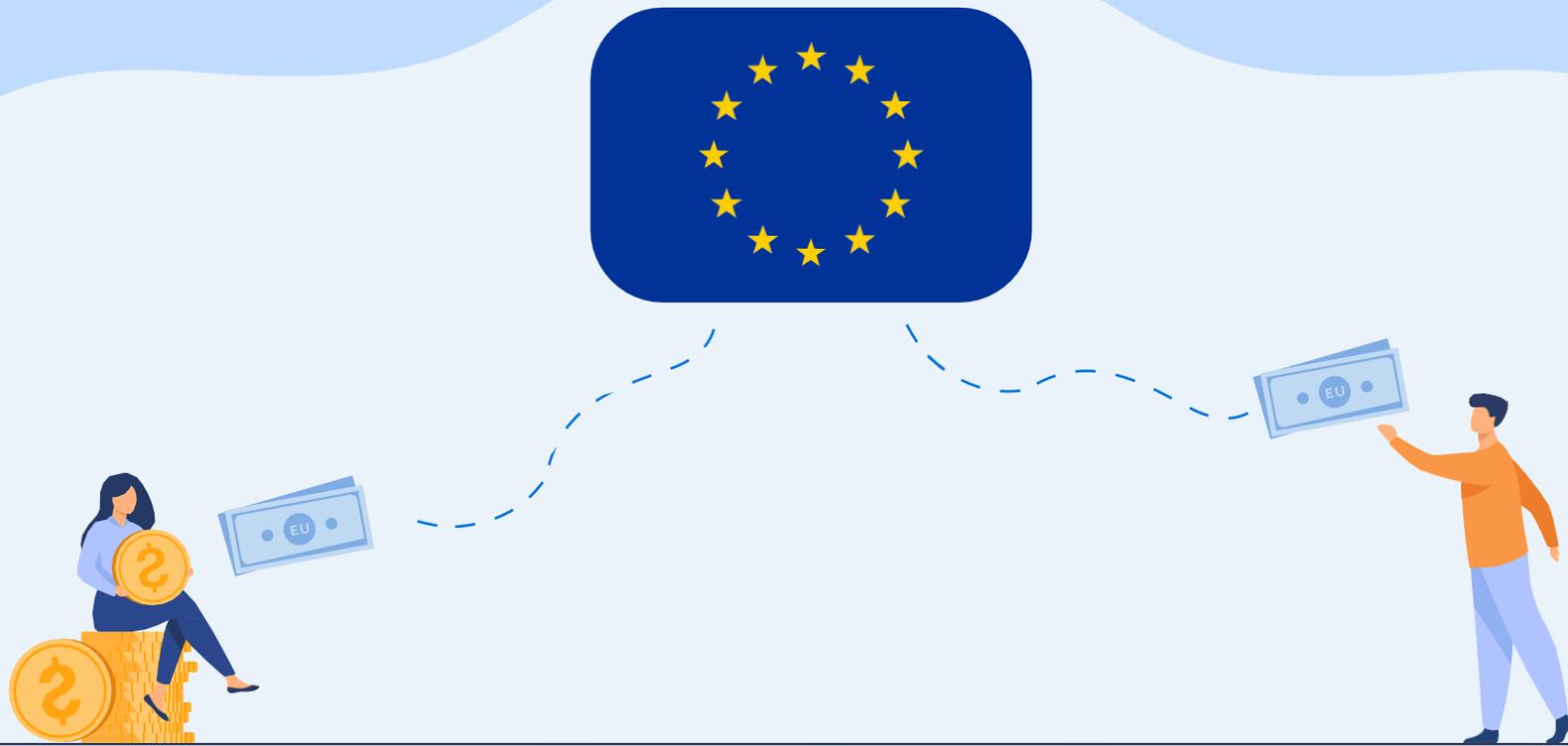
Donazione filantropica

Di più

I finanziamenti possono arrivare in momenti diversi e in diverse fasi del tuo sviluppo, ma preparati ad aspettare che arrivi e che non li otterrai sempre tutto in una volta.

La Commissione europea offre molte opportunità per accedere a finanziamenti che possono essere un mix di finanziamenti centralizzati e decentralizzati. I programmi centralizzati sono finanziati da Bruxelles e i programmi decentralizzati sono finanziati dal tuo paese.

Ci sono bandi aperti per richiedere il finanziamento e questi sono di solito una volta all'anno, anche se possono essere più frequenti. Il finanziamento può essere basato sia su un importo fisso per i costi unitari, sia su quello che viene chiamato tasso di intervento, in cui l'UE fornisce un contributo percentuale al costo totale del progetto. Alcuni dei programmi di finanziamento sono:



- [Horizon Europe](#)

Il programma Horizon Europe è un nuovo programma di finanziamento dell'UE che fornisce fondi per il periodo 2021-2027. Il programma ha l'obiettivo di stimolare un'azione sociale ad alto impatto sulla società. Il programma è finanziato in 3 pilastri e 1 priorità orizzontale.



- [Programma per la salute](#)

Il programma U4Health è stato creato dall'UE come risposta collettiva alla pandemia di COVID-19. Il programma vuole affrontare le sfide portate alla luce dalla pandemia nel settore sanitario e vuole promuovere azioni per una "UE più sana". U4Health si concentra su 4 aree di intervento: Migliorare la salute adottiva, proteggere le persone, accedere a medicinali, dispositivi medici e prodotti rilevanti per le crisi e rafforzare i sistemi sanitari. All'interno di queste 4 aree tematiche abbiamo un totale di 10 azioni.



- Fondi strutturali e di investimento europei (SIE)

- Fondo di coesione

Il Fondo di coesione si concentra su azioni nel campo dell'ambiente e delle infrastrutture di trasporto. Il Fondo è accessibile solo a un numero limitato di paesi dell'UE con l'obiettivo di aiutarli a rafforzare la coesione economica, sociale e territoriale dell'UE.

- Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR)

Il programma FESR è stato creato per affrontare gli squilibri tra le diverse regioni dei paesi facenti parte dell'Unione. L'obiettivo è stato quello di essere più vicini ai cittadini e alle loro esigenze. Gli investimenti mirano a rendere tutte le regioni dell'UE competitive, più connesse, più verdi e più vicine ai cittadini.

- Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR)

L'obiettivo del fondo è quello di fornire alle zone rurali un sostegno diretto e immediato per rispondere ai loro bisogni. Il fondo FEASR sostiene lo sviluppo rurale e l'innovazione sulla base di 6 pilastri specifici che orientano l'azione e rendono il sostegno coeso ed efficace.

- Fondo europeo per gli affari marittimi, la pesca e l'acquacoltura (FEMFAF)

I fondi EMFAF sono destinati a migliorare la gestione delle risorse marittime e acquatiche, come ad esempio il miglioramento delle pratiche di pesca all'interno dei paesi dell'UE per renderle più efficienti e sostenibili.

- Fondo sociale europeo (FSE)

Il nuovo FSE+ è stato migliorato dopo la pandemia con l'obiettivo di sostenere progetti legati all'occupazione e investire nel capitale umano dell'UE (persone in cerca di lavoro, lavoratori, giovani) con una maggiore attenzione alle conseguenze socioeconomiche della pandemia.

Ambiente e azione per il clima (LIFE)

Il programma LIFE è stato introdotto per produrre azioni nel campo della protezione ambientale al fine di ottenere risultati reali con un impatto reale sui cambiamenti climatici. I progetti devono affrontare una delle 4 priorità: Natura e biodiversità, Economia circolare e qualità della vita, Clima mitigazione del cambiamento e adattamento e Transizione verso l'energia pulita. Puoi scaricare il regolamento [qui](#).



- Erasmus+

Il programma Erasmus+ è uno dei programmi di finanziamento più fruttuosi e innovativi forniti dall'UE. Erasmus+ è stato istituito 35 anni fa e offre a singoli, scuole, università e organizzazioni la possibilità di partecipare e creare una serie di progetti con diversi obiettivi sociali. Il programma Erasmus è organizzato in 5 “azioni chiave”:

- Azione chiave 1 (KA1) Mobilità per l'apprendimento degli individui. Questa azione consente alle scuole, alle università e alle organizzazioni di creare progetti che consentono alle persone di avere un'esperienza di apprendimento all'estero con l'obiettivo di prepararsi e migliorare le proprie conoscenze, abilità e competenze.
- Azione chiave 2 (KA2) Cooperazione tra organizzazioni e istituzioni. Questa azione sostiene progetti con l'obiettivo di sviluppare, trasferire e/o implementare pratiche innovative che possano supportare i paesi dell'UE a livello locale, regionale, nazionale con l'obiettivo di beneficiare l'intera Unione.
- Azione chiave 3 (KA3) Sostegno alla riforma delle politiche. L'UE vuole promuovere il coinvolgimento di cittadini, in particolare i giovani, nella vita democratica dell'UE. Con questa azione chiave le organizzazioni possono sviluppare le basi della definizione delle politiche e supportare reti e strumenti per l'attuazione di nuove politiche.
- Jean Monnet L'obiettivo è ispirare l'azione all'interno dell'UE e fornire opportunità di insegnamento, ricerca, apprendimento e dibattiti politici.
- Sport L'azione sportiva ha l'obiettivo di promuovere la partecipazione ad attività sportive, fisiche e di volontariato per lo sviluppo delle persone.

Oltre alle azioni chiave del programma Erasmus+ sopra descritte, ci sono le seguenti azioni mirate specificamente ai giovani e alle organizzazioni giovanili e queste sono:

[Giovani imprenditori - Erasmus+](#) Erasmus per giovani imprenditori è un programma transfrontaliero che facilita lo scambio di esperienze imprenditoriali e manageriali.

[Giovani volontari - Il Corpo europeo di solidarietà](#) aiuta i giovani a partecipare a progetti a beneficio delle comunità, sia all'estero che nel proprio paese.

[Giovani agricoltori - Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale](#) A sostegno della prossima generazione di agricoltori europei

[Giovani disoccupati - Fondo sociale europeo+](#)

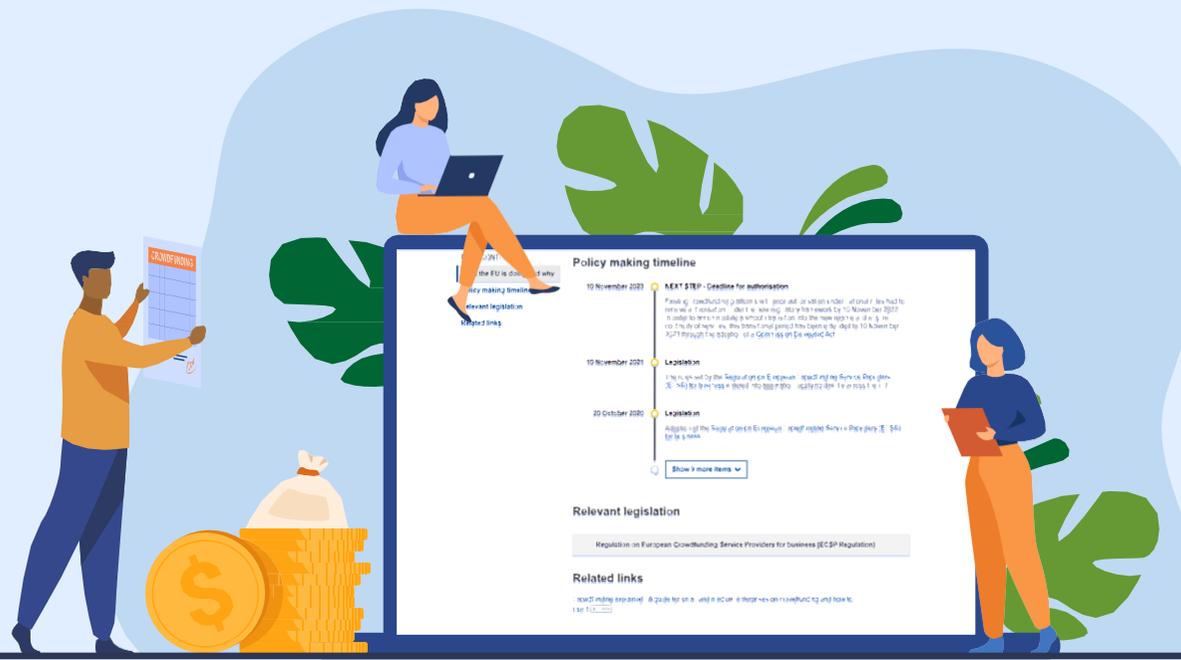


Piattaforme di raccolta fondi

I finanziamenti della Commissione europea sono gestiti da una piattaforma centralizzata a Bruxelles, dove troverai i collegamenti alle azioni decentralizzate. Il crowdfunding è un nuovo modo di raccogliere fondi e la CE fornisce informazioni sul collegamento alla piattaforma di seguito. Si può accedere ai finanziamenti anche tramite Comuni e Regioni oltre che da Trust locali, Fondazioni e filantropi Grant-Giving.

[Piattaforma di finanziamento della Commissione europea](#)
[Raccolta di fondi](#)

Puoi anche cercare se ci sono piattaforme di raccolta fondi locali nel tuo paese. Ad esempio, in Bulgaria c'è [platformata.bg](#)



Grant Budgeting e rendicontazione

Per accedere ai finanziamenti sarà necessario fornire un budget per il tuo progetto/organizzazione e questo può essere fornito utilizzando fogli di calcolo Excel o modelli forniti dall'ente finanziatore.

Può anche essere fornito utilizzando pacchetti software o altri strumenti online. Un budget che dettaglia tutti i costi necessari per fornire i risultati per l'organizzazione/progetto e sarà solitamente suddiviso in costi **diretti e indiretti**; **Costi fissi e variabili e dovrebbero includere i costi del personale direttamente correlati al progetto**. È essenziale che tutti i costi siano inclusi anche se il finanziamento non viene richiesto per questi elementi. Nelle ONG è fondamentale che l'intero costo sia calcolato e incluso nel budget e questo si chiama Full Cost Recovery. **Avere un budget chiaramente definito aiuterà il monitoraggio, la valutazione e segnalazione.**

Le metodologie di segnalazione sono generalmente determinate dall'ente finanziatore e di solito forniscono il formato e specificano i tempi per la segnalazione. **È essenziale che vengano mantenute registrazioni chiare e accurate e che le ricevute siano conservate e archiviate in modo sicuro.** Sono disponibili molti pacchetti software per assistere nella tenuta dei registri finanziari, ma puoi anche conservarne una copia in Excel.



Suggerimenti e trucchi per scrivere domande di finanziamento

- Assicurati che il tuo progetto/servizi soddisfi i criteri di finanziamento
- Leggere attentamente la guida all'applicazione
- Se sei sicuro che la tua esigenza di finanziamento sia adatta al fondo, preparati a completare la domanda, ma assicurati di non modificare la tua idea iniziale solo per soddisfare i requisiti della sovvenzione
- Se l'applicazione è online, preparala in Microsoft Word o Google docs, in modo da poter salvare regolarmente il tuo lavoro
- Assicurati che i tuoi scopi, obiettivi e impatto siano chiaramente identificati
- Produrre un piano di progetto
- Prepara un budget chiaro e dettagliato che identifichi da quali voci richiedi il finanziamento di questa applicazione e che provengono da altre fonti
- Assicurati che le tue risposte corrispondano chiaramente a ciascun criterio nella matrice di punteggio
- Assicurati di non chiedere finanziamenti per costi che il finanziatore dice che non finanzieranno



Finanziamenti e processi specifici per paese

Ogni paese ha le proprie opportunità di finanziamento, criteri e processi. Di seguito troverai informazioni specifiche per paese per i paesi partner del progetto Causeland Erasmus+. Dovrai ricercare queste opportunità di finanziamento nel tuo paese.



BULGARIA



<https://www.ngobg.info/bg/financing.html>

<https://eumis2020.government.bg/bg/s/Default/Index>

<https://ncf.bg/bg>

<https://www.eeagrants.bg/>



ISLANDA



[Rannis](#) amministra i principali fondi pubblici competitivi nei settori della ricerca, dell'istruzione, innovazione e cultura in Islanda.

EEA

[Cooperazione nordica](#)



ITALIA



[Fondazione Internazionale della Gioventù](#)

Sostenere i giovani come contributori creativi e innovativi alla società locale.
[sostenere l'imprenditoria giovanile in Italia | ocse](#)

[Archivi Italia - fondi per le NGO](#)

[SCHEDE PAESE SUL LAVORO GIOVANILE IN ITALIA](#)



ROMANIA



Alcuni esempi di finanziamento includono finanziamenti per iniziative sociali

In Romania, è possibile accedere ai finanziamenti dell'UE anche attraverso una piattaforma nazionale qui e più specificamente qui

Esiste un programma nazionale chiamato Start NGO e, sotto forma di concorso, i partecipanti potrebbero ottenere supporto per avviare la propria NGO

Qui vengono centralizzate anche numerose opportunità di finanziamento

Sovvenzioni Islanda Lichtenstein e Norvegia



Suggerimenti per trovare finanziamenti

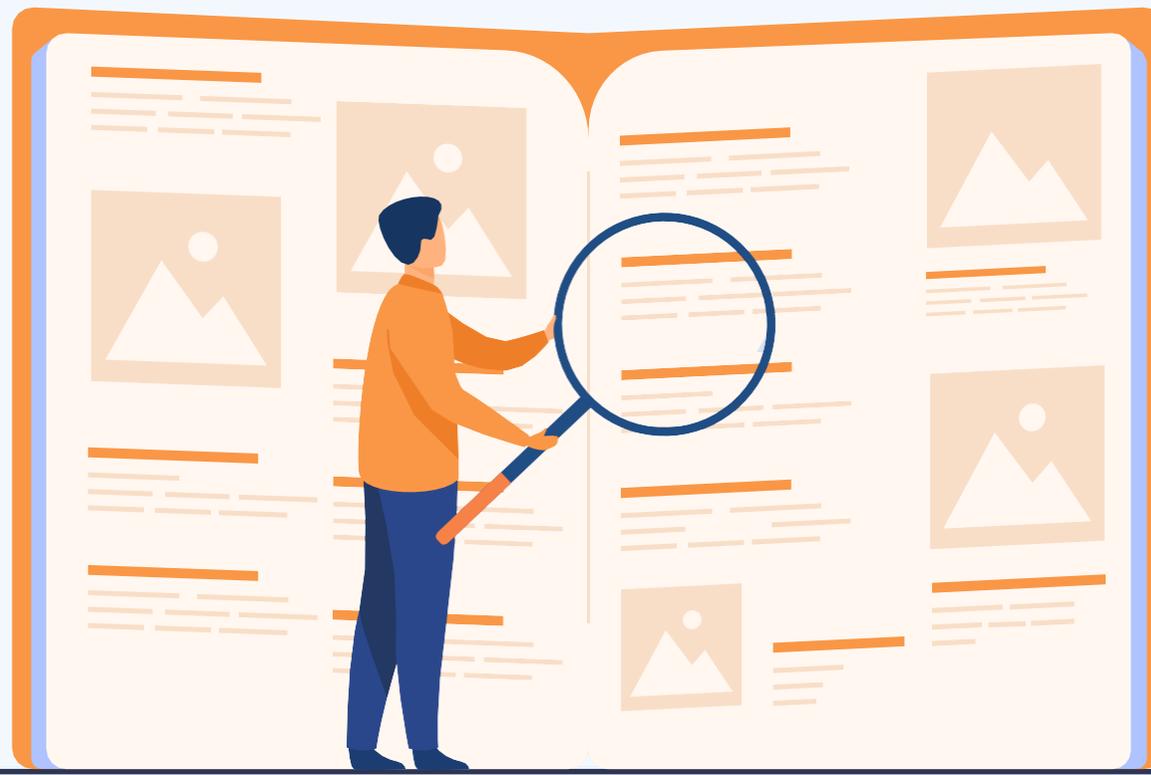
Ci sono diverse cose che devi tenere a mente quando cerchi di trovare finanziamenti per la tua NGO. Di seguito sono riportati alcuni suggerimenti per la preparazione di una domanda di finanziamento:



Il **primo consiglio** è una preparazione adeguata. Prima di iniziare a cercare opzioni di finanziamento, scrivi la tua idea di progetto - lo scopo, gli obiettivi specifici e i risultati attesi del progetto ed evidenzia chiaramente il pubblico target che dovrebbe beneficiare del progetto. Ricorda di **evidenziare** singole parole, frasi brevi e il tema(i) principale. Vedi sotto un modello per la preparazione di un'idea di progetto.



Il **secondo suggerimento** è una lettura attenta degli obiettivi e delle aree prioritarie elencate di ciascun programma di finanziamento. Troppo spesso le persone non leggono le linee guida per la domanda con sufficiente attenzione, con il risultato che la loro idea di progetto non si adatta alla struttura del programma di finanziamento. Molte idee potrebbero essere adattate per adattarsi a diversi programmi di finanziamento, ma ciò richiede un'adeguata preparazione.



Il **terzo consiglio** è controllare attentamente se sei un candidato idoneo. A volte i programmi hanno requisiti su anni di esperienza, numero di progetti realizzati, stato giuridico, ecc.



Suggerimento quattro: crea una lista di controllo con tutto il necessario per preparare la domanda. Tutti i documenti richiesti, iscrizioni, offerte e quant'altro potrebbero chiederti. Scrivi anche tu in che formato ti chiedono di fornire i documenti, dovrebbero essere timbrati e firmati? Questo ti aiuterà a tenere il passo e a fornire tutto nel formato necessario.



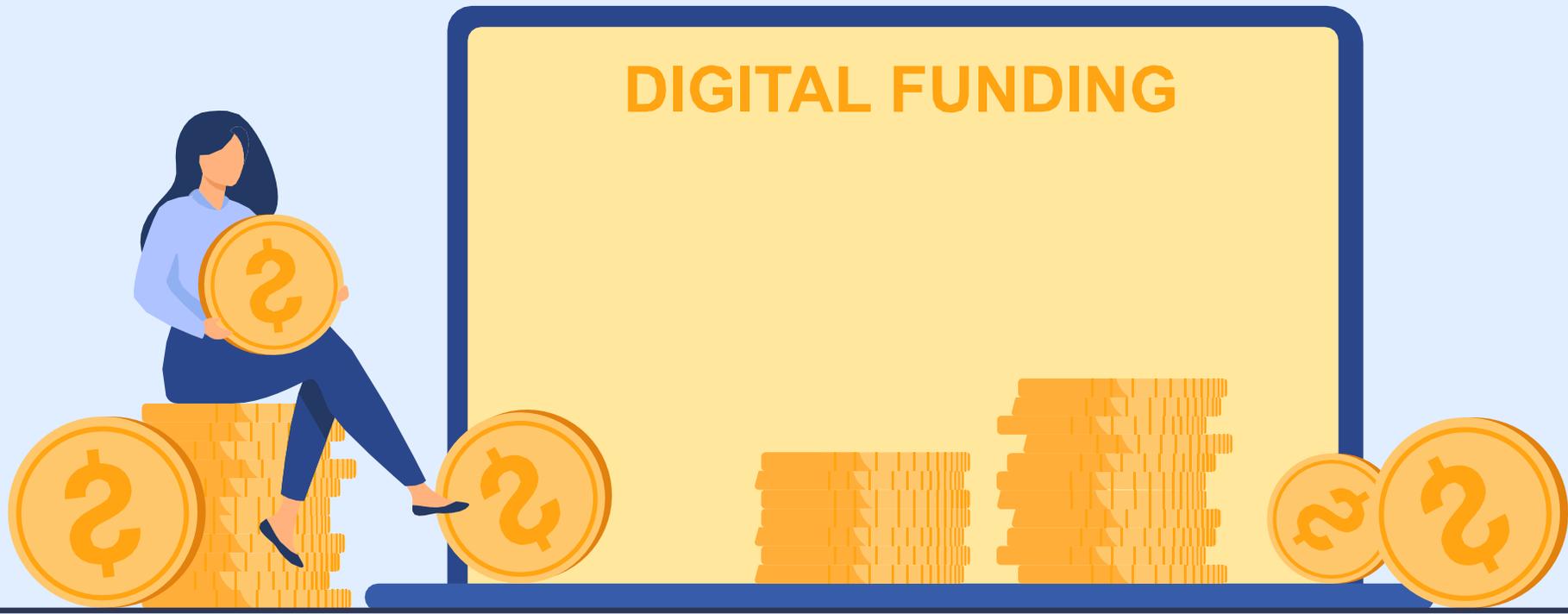
Suggerimento cinque: crea cartelle: una con i modelli forniti dall'organizzazione finanziatrice, una con i file di lavoro e una per i documenti finalizzati che invierai. In questo modo ridurrai al minimo la possibilità di inviare un documento che non sia con le modifiche finali e avrai anche una panoramica sullo stato di avanzamento della domanda. Mantenere i modelli ti aiuterà in situazioni di crisi come la necessità di riscrivere un documento all'ultimo momento.



Raccolta fondi digitale

La raccolta fondi digitale può essere una parte importante del tuo arsenale di raccolta fondi. Se scegli di intraprendere una campagna di raccolta fondi digitale, è importante comprendere lo spazio e avere un compagno di squadra competente per gestire la campagna. Questa guida ti aiuterà a valutare la tua capacità di raccolta fondi online, stabilire obiettivi di raccolta fondi e implementare con successo il tuo piano.

[Guida: costruisci la tua strategia di raccolta fondi digitale](#)



Leadership e gestione del team



Team building della leadership strategica

La leadership strategica richiede innanzitutto una riflessione profonda e onesta su te stesso. Come mai? Perché devi costruire una grande squadra e non puoi farcela da solo.

Una grande squadra ha bisogno almeno di quanto segue. Qualcuno che:

- ispira gli altri all'azione (visione e comunicazione)
- Identifica potenziali talenti
- sviluppa il talento che recluti
- crea e replica sistemi funzionanti
- gestisce le finanze
- ha una grande intelligenza emotiva
- traduce la visione in azione (vedere i passaggi separati e necessari lungo il percorso verso l'obiettivo)raccoglie denaro



Prenditi il tempo per valutare onestamente dove risiedono i tuoi punti di forza e poi trova e recluta le persone che completano la squadra. Il tuo compito principale come leader è reclutare le persone giuste nei ruoli giusti. Non aver paura di essere onesto: potresti scoprire che una nuova recluta sarà più brava a essere il volto principale della tua NGO.

All'interno del tuo team devi anche assicurarti che ci siano forti capacità manageriali, tra cui:

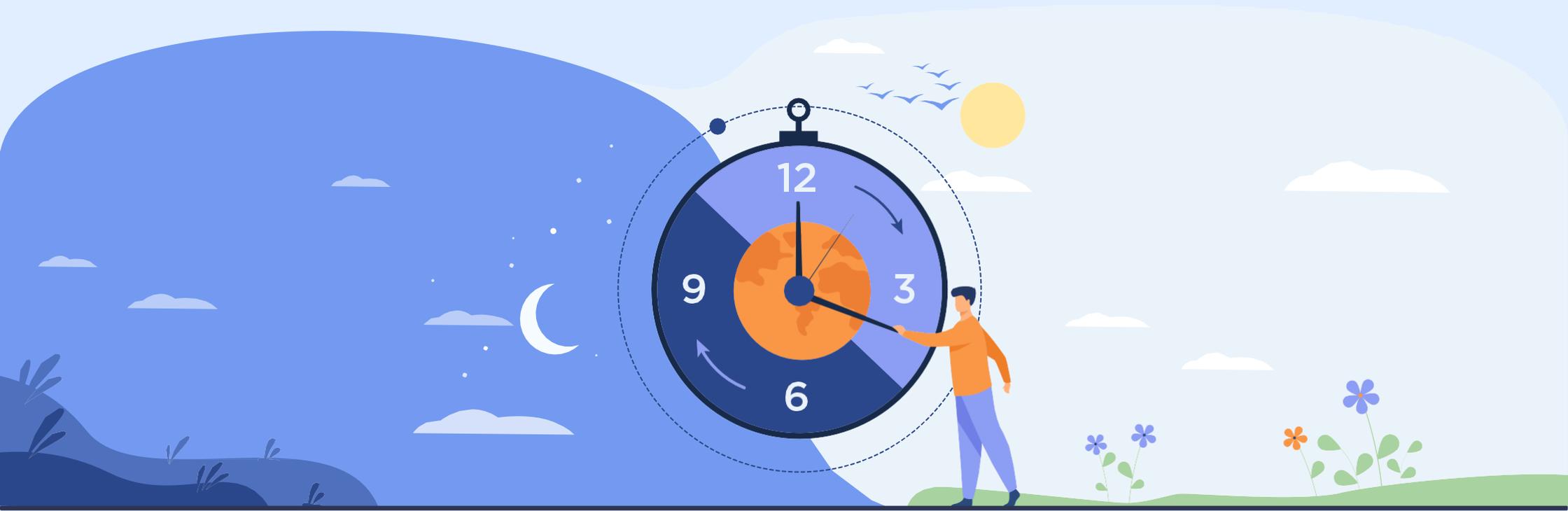
- Essere in grado di eseguire una visione: prendi una visione strategica e scomponila in una tabella di marcia che deve essere seguita dal team
- Capacità di dirigere: sforzi lavorativi quotidiani, rivedere le risorse necessarie e anticipare le esigenze lungo il percorso
- Processo di Management: stabilire regole di lavoro, processi, sistemi, standard e processi operativi. Ti renderà la vita molto più semplice!
- Focalizzati sulle persone: prenditi cura delle tue persone, delle loro esigenze, ascoltale e coinvolgile



Gestione del tempo e equilibrio tra lavoro e vita privata

Sei il leader della tua ONG e il modo in cui gestisci il tuo equilibrio tra lavoro e vita privata è la cultura che creerai nella tua ONG. **È essenziale per qualsiasi leader capire che dire ai dipendenti di prendersi cura di loro stessi e assicurarsi che abbiano un sano equilibrio tra lavoro e vita privata non avrà luogo e si formerà nella tua organizzazione se non lo modelli anche tu.**

Il settore delle ONG è spesso pieno di persone appassionate guidate da missioni personali e sociali. Il loro desiderio di fare del bene nel mondo può, spesso, portarli a lavorare troppo e, cosa più grave, a esaurirsi. **Vuoi costruire un'organizzazione sostenibile e uno dei modi più importanti per farlo è assicurarti che tu e il tuo team non esauriate le forze.**



A volte l'aspetto più impegnativo di questo può essere comprendere questa verità di base: **anche se tu e il tuo team lavoraste 24 ore al giorno, ci sarebbe ancora del lavoro da fare.** Quindi, devi sapere come tracciare una linea, concludere la giornata, goderti il fine settimana e concedere del tempo all'interno del tuo team per socializzare.

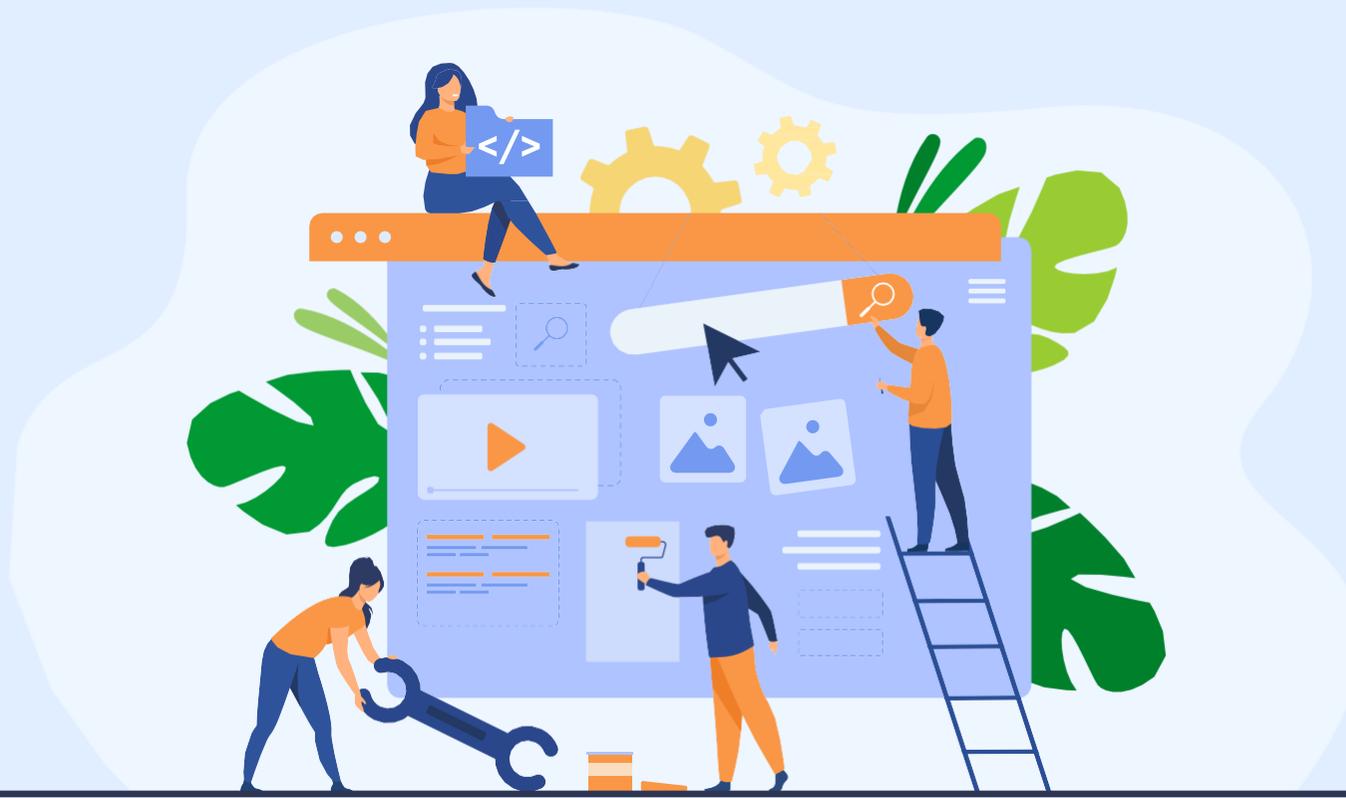
Ecco alcune idee da considerare mentre lavori per creare una sana cultura della vita lavorativa nella tua NGO.

- Offrire lavoro a distanza e lavoro flessibile quando appropriato
- Cerca risultati e lavoro di alta qualità, non ore
- Assicurati che tu e il tuo team facciate delle pause durante il giorno (offrendo opportunità al vostro team di sedersi e bere un caffè insieme, crea anche opportunità di pensiero nuovo e generativo all'interno del vostro team - un ulteriore vantaggio).
- Rivedi regolarmente il carico di lavoro per te stesso e con il tuo team
- Sostieni i genitori sul posto di lavoro, i dipendenti che si prendono cura degli anziani, ecc.



Gestione di progetto

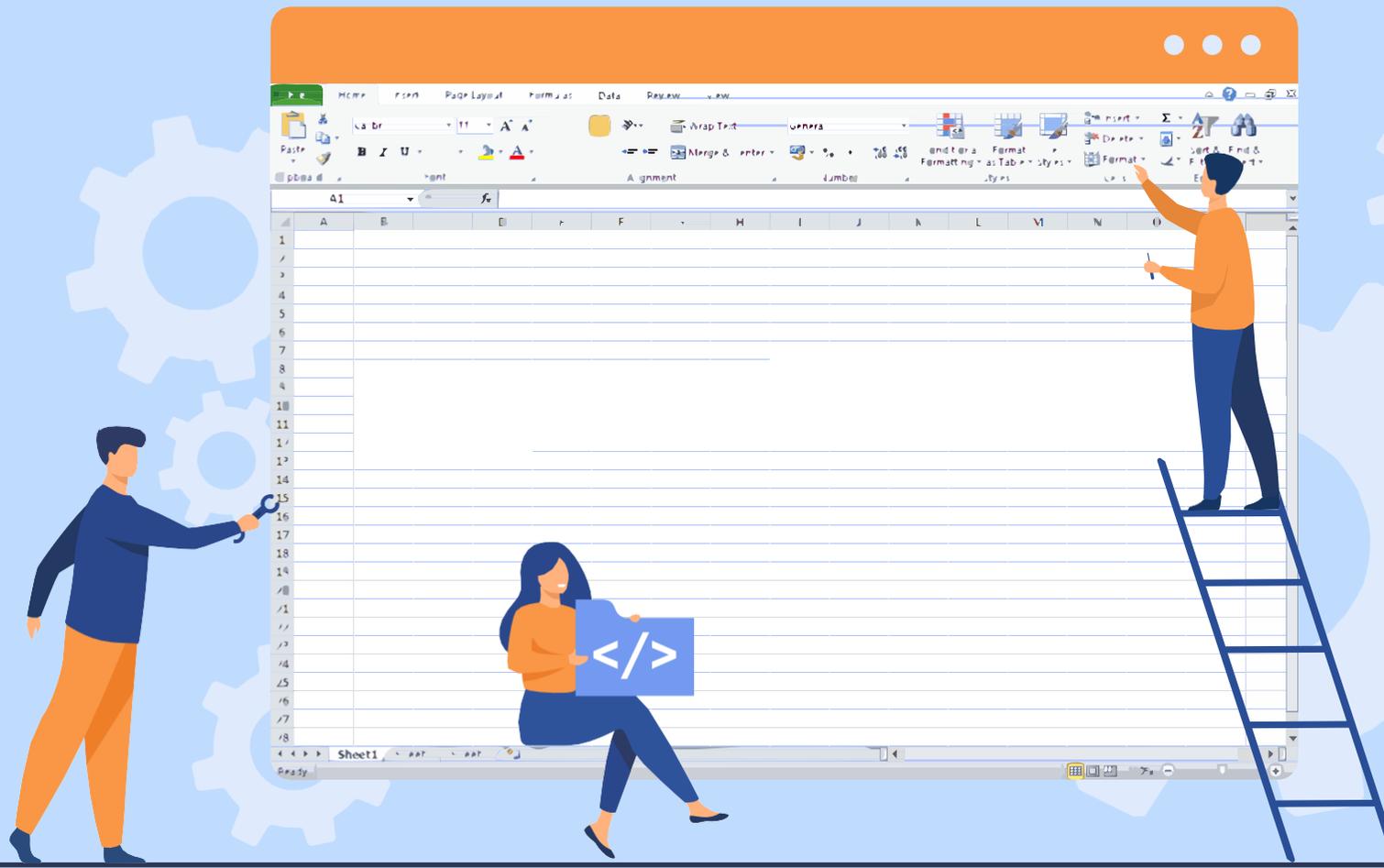
La gestione dei progetti nelle NGO può essere opprimente e richiede chiarezza specifica, termini definiti e strumenti condivisi per essere gestiti in modo efficace. **Spesso una NGO gestisce diversi progetti, ciascuno finanziato in modi diversi e che richiedono strutture di rendicontazione diverse.** Questo può rapidamente diventare incredibilmente impegnativo all'interno della tua NGO. Ci vuole tempo per sviluppare le tue strategie interne e inizierai sicuramente con idee che dovrai modificare mentre tu e il tuo team lavorate insieme. Esistono strategie e strumenti efficaci da utilizzare all'inizio. I progetti ben gestiti utilizzano strategie per assicurare: completamento tempestivo e consegna dei risultati, effettiva attuazione del progetto, maggiore visibilità, riduzione della confusione e tempestiva modifica delle attività, se necessario.



In qualità di NGO di successo, **vuoi assicurarti di servire al meglio il tuo pubblico target** e/o beneficiari fornendo loro servizi di alta qualità. Una volta definito il progetto e il finanziamento, è necessario gestire il progetto in modo da soddisfare i requisiti dell'ente finanziatore/o donatore/i. **Quando gestisci un progetto, gestisci: implementazione, comunicazione, rischi esterni, budget e risorse.** Inoltre, durante la sequenza temporale del progetto, la tua NGO potrebbe dover affrontare problemi che sorgono nel clima politico e si evolvono nella cultura e nella comunità.

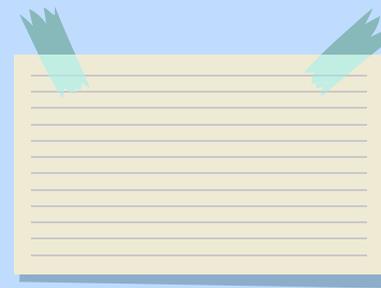


Esistono diversi **strumenti di gestione dei progetti digitali efficaci** che possono aiutarti a gestire questo lavoro o a crearne uno tuo in Excel. Ricorda, ogni strumento richiederà tempo per essere appreso e utilizzato nel modo più efficace e devi assicurarti che l'intero team di progetto sia a suo agio con lo strumento. **Lo strumento può essere efficace solo se il team può usarlo bene e spesso.**



Un **diagramma GANTT** è un diagramma comune utilizzato per la gestione dei progetti (e può essere un requisito per le domande di sovvenzione). Un diagramma GANTT è **una visualizzazione del piano del progetto nel tempo**. A colpo d'occhio il tuo diagramma GANTT catturerà e comunicherà:

- La suddivisione delle attività nel progetto
- quando ogni attività inizia e finisce
- quanto tempo ci vorrà per completare ogni attività
- chi è assegnato a ciascun compito
- il rapporto tra i compiti
- lo stato di avanzamento dei lavori
- la cronologia completa del progetto dall'inizio alla fine



Un diagramma GANTT è un metodo chiaro e trasparente per vedere e comunicare come consegnare il tuo progetto in tempo e nel budget, il che significa che sia il tuo team che le parti interessate sono sulla stessa pagina fin dall'inizio.



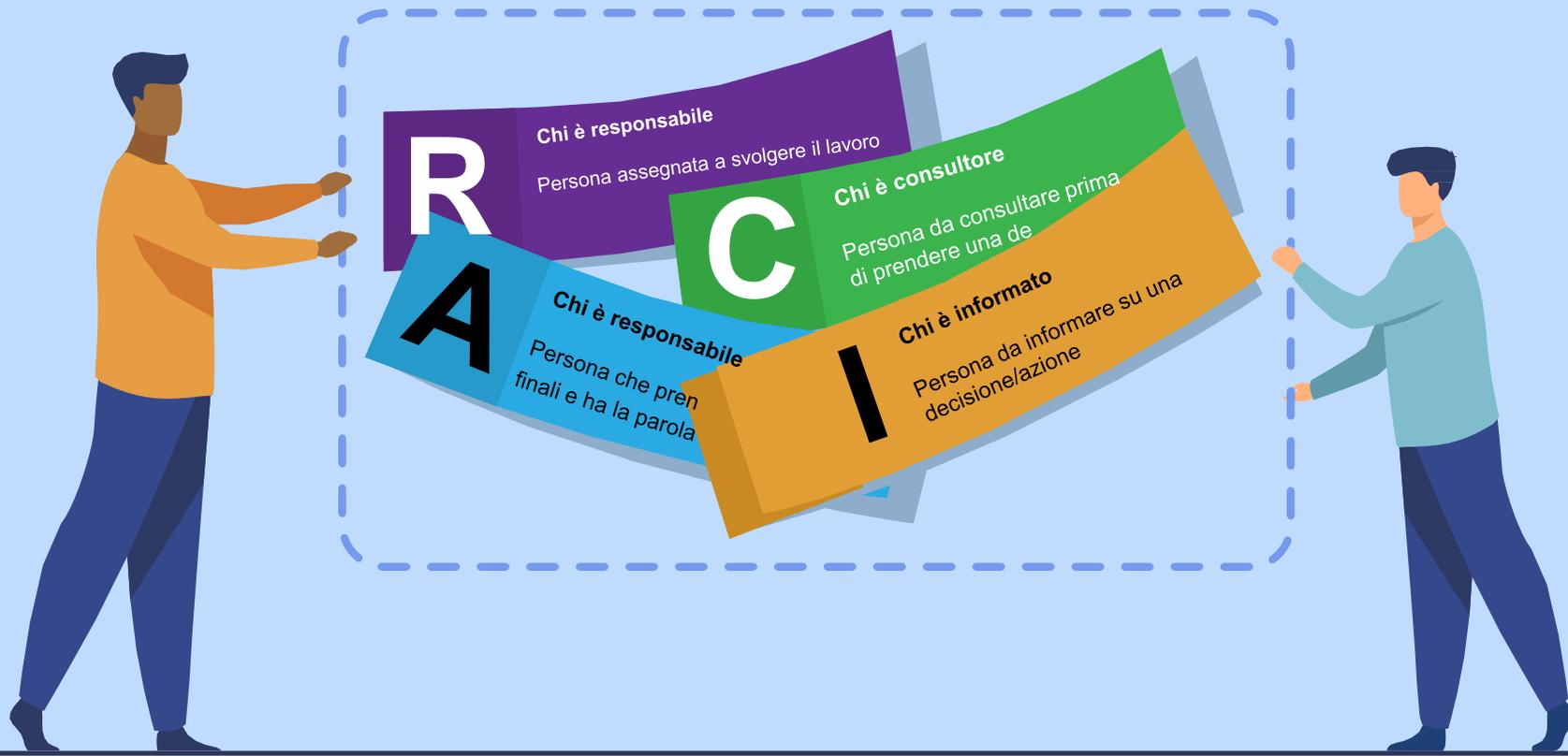
[Modello di diagramma GANTT](#)

[Questo sito](#) offre un elenco di strumenti di gestione dei progetti open source e vale la pena leggerlo attentamente



La matrice RACI, nota anche come grafico di responsabilità lineare

RACI aiuta a coinvolgere le persone in una discussione su ruoli e responsabilità. È fondamentale rivedere una matrice RACI almeno una volta al trimestre per assicurarsi che tutti siano sulla stessa pagina. Se qualcosa non va secondo i piani, potrebbe essere necessario modificare i ruoli e le responsabilità. **RACI fornisce maggiore chiarezza su chi fa cosa per ogni attività e coordina il team in modo efficace.**



Iniziare con:

R che sta per **Responsabile**. Questa è la persona a cui è assegnato il lavoro, che lo porterà effettivamente a termine.

A sta per **Affidabile** - questa è la persona che prende le decisioni finali, chiunque abbia la proprietà finale; si assicurerà che il compito venga consegnato in tempo - se qualcosa va storto, devono essere in grado di spiegare cosa è successo e cosa deve essere fatto.

C sta per **Consultato** - la persona che deve essere consultata prima che la decisione venga presa allo scopo di avere il know-how prima di agire.

I sta per **Informato** - la persona che ha bisogno di essere informata che una decisione o un'azione è stata presa, e quindi avrà un effetto sulle sue decisioni e attività quotidiane.



Gestione dei conflitti

Il lavoro di gestione dei conflitti dovrebbe essere caricato in anticipo. In qualità di leader, contribuisci a definire la cultura della tua organizzazione e a creare un senso di squadra e comunità forte sulla base di accordi condivisi per riunioni, completamento del lavoro e comunicazione. **Comprendere gli stili di lavoro nel tuo team aiuta a ridurre i potenziali conflitti.** Molti conflitti non necessari possono essere evitati semplicemente con una comunicazione scritta e verbale chiara e accurata. Non tutti i conflitti possono essere evitati e vuoi anche creare una cultura in cui possano prosperare conflitti sani e produttivi.

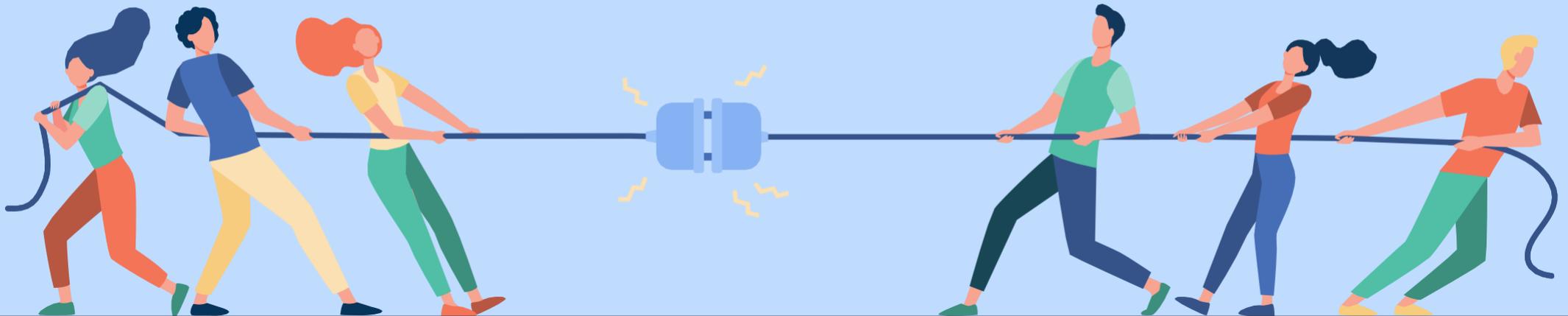
È nella natura umana non essere d'accordo e i disaccordi sono salutari se affrontati in modo efficace. La gestione dei conflitti è il processo mediante il quale i disaccordi vengono risolti, in cui i risultati negativi sono ridotti al minimo e i risultati positivi hanno la priorità.



Ogni persona ha un modo diverso di gestire le situazioni difficili. Combatti, fuggi, congela e adula sono le quattro risposte allo stress più basilari.

- La risposta alla **lotta** è il modo in cui il tuo corpo affronta in modo aggressivo qualsiasi minaccia percepita
- **Fuggire** significa che il tuo corpo ti spinge a scappare dal pericolo.
- Il **congelamento** è l'incapacità del tuo corpo di muoversi o agire contro una minaccia.
- **Adulare** è la risposta allo stress del tuo corpo per cercare di compiacere qualcuno per evitare conflitti.

È essenziale che ogni membro del team rifletta sulla propria risposta alle minacce e per le risposte da discutere all'interno del team, in modo che tutti possano capire come ogni persona può inizialmente rispondere a un conflitto. **Questa conoscenza aiuterà il team e/o gli individui a lavorare per una soluzione.**



Immagina, come leader, di avere un conflitto tra persone con risposte diverse.

- Il tuo primo compito è mettere tutti sulla stessa pagina con un processo per affrontare le difficoltà della situazione.
- Quindi devi chiarire la sua fonte. Definire la causa del conflitto ti consentirà di far capire come il problema è cresciuto in primo luogo.
- Ascolta attivamente e lascia che tutti dicano la loro. Concedi a ciascuna parte lo stesso tempo per esprimere i propri pensieri e le proprie preoccupazioni senza favorire nessuno.
- Dopo aver ascoltato le preoccupazioni di tutte le parti, prenditi del tempo e indaga sul caso.
- Quindi identificare i modi per raggiungere l'obiettivo comune. Devi sederti con tutte le parti e discutere su come raggiungere l'obiettivo comune, che è gestire e risolvere il disaccordo.
- Trovare un terreno comune. Successivamente, determina le responsabilità di ciascuna parte nella risoluzione del conflitto.
- Cerca lezioni che puoi imparare dal conflitto e come gestirlo.

Stai attento!

Eliminare completamente i conflitti causerebbe i suoi stessi problemi: non ci sarebbe diversità di opinioni e non ci sarebbe modo per te di cogliere e correggere gli errori.

Stile di comunicazione Valutazione - [Leadership Compass](#)

Creazione di [accordi di lavoro in team](#)



Comunicazione

La comunicazione e il marketing sono assolutamente questioni su cui riflettere, elaborare strategie e pianificare. In questa sezione della guida verranno affrontati solo alcuni aspetti che rientrano in questa ampia categoria e sono stati scelti come alcune delle questioni chiave nella comunicazione che devi considerare quando crei la tua ONG. Sono: presentazione, comprensione interculturale e competenze digitali.



Fare un passo

Il pitching consiste nel vendere la tua idea/concetto/progetto a qualcuno che non sa nulla della tua organizzazione o del tuo progetto in modo chiaro, succinto e coinvolgente. Il pitching aiuta gli altri a capire, non solo quello che fai, ma perché sei appassionato di quello che fai. Una presentazione ben sviluppata può espandere la portata della tua organizzazione e aiutarti a ottenere finanziamenti e/o nuovi partner.

Mentre prepari le tue presentazioni, lavora su almeno due versioni (**ricorda che pubblici diversi hanno bisogno di messaggi diversi**). Il primo è più approfondito, può avere una presentazione ed è usato per situazioni e presentazioni formali. Il secondo è comunemente indicato come "**elevator pitch**". Non dura più di pochi minuti e viene utilizzato per catturare rapidamente l'attenzione in situazioni informali.

Nel nostro mondo veloce e frenetico in cui siamo bombardati da informazioni provenienti da tutte le direzioni, **puoi utilizzare il pitching per attirare l'attenzione di potenziali partner e finanziatori. Il tuo obiettivo è fornire loro le informazioni più importanti e interessarli a porre la domanda successiva.**

[Come lanciare un'idea brillante](#)
[9 Suggerimenti per un grande passo](#)



Comprensione e comunicazione interculturale

La comprensione interculturale è una parte essenziale della convivenza con gli altri nel nostro mondo eterogeneo.

Ci aiuta a diventare cittadini locali e globali responsabili, vivendo e lavorando insieme in un mondo interconnesso.

La comprensione interculturale incoraggia la consapevolezza della propria identità culturale e ci aiuta a coltivare il rispetto reciproco.

Siamo tutti diversi. Abbiamo diverse lingue, istruzione, credenze, esperienze, prospettive e comportamenti. La cultura definisce il modo in cui ci comportiamo e interagiamo. **La maggior parte delle volte non sappiamo nemmeno che comprendiamo le cose in modi diversi finché non si verifica un malinteso.**



Ecco perché quando comunichi con una persona di un'altra cultura è importante assicurarti di intendere le stesse cose dicendo le stesse parole. **Puoi chiedere cose come: cosa intendi quando dici "presto" e "all'inizio della prossima settimana"? Pensi che sia ovvio? Beh, in alcuni paesi come Israele la settimana inizia di domenica.**

Ecco perché **è importante non fare supposizioni** quando si comunica in un ambiente multiculturale. **Fai domande, spiega cosa intendi, sii paziente e curioso.** La comunicazione Interculturale dovrebbe favorire il rispetto e la fiducia reciproci, non c'è spazio per l'incitamento all'odio, ma per la comprensione e la diversità.



Competenze digitali e comunicazione



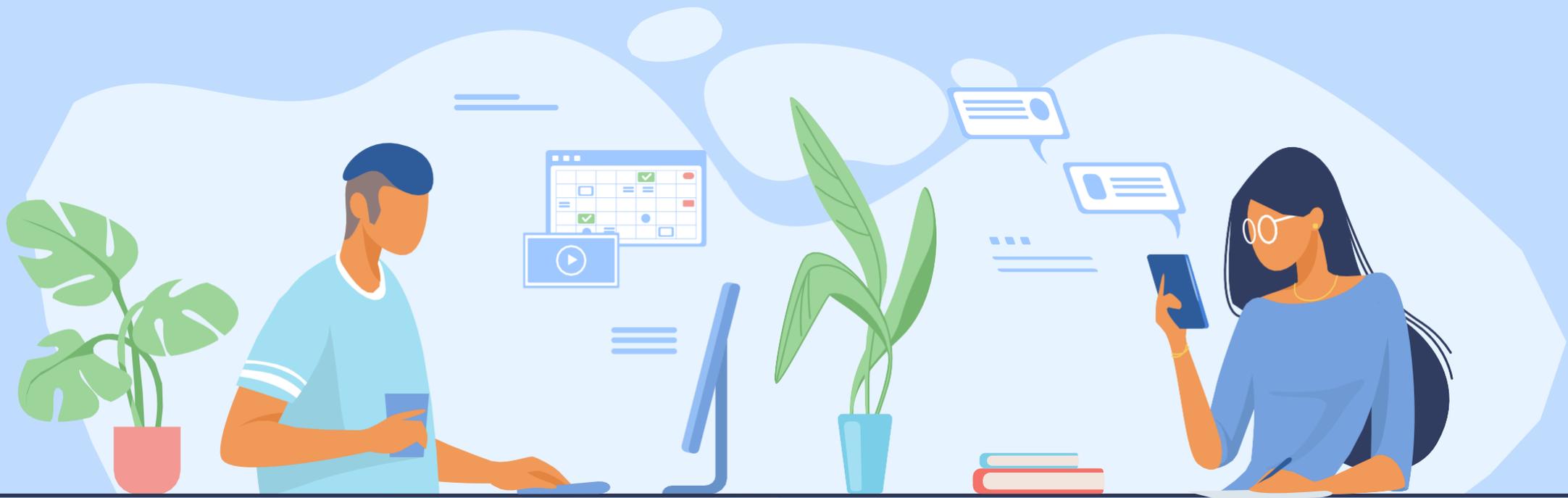
Tendenze attuali, sfide e parti interessate (Quadro europeo delle competenze digitali, tendenze e sfide, mappatura degli stakeholder)

Uso efficace degli strumenti di comunicazione digitale (es. videoconferenza, social media) o strumenti interattivi di apprendimento (ad es. quiz online) consentono alle NGO di reinventare e sostenere le loro pratiche di lavoro. La trasformazione digitale legata al successo del lavoro digitale è intesa come un processo multi-stakeholder e inclusivo che comprende la co-progettazione, l'implementazione e l'utilizzo di tecnologie digitali incentrate sulle persone con tutti i soggetti interessati (comunità locali, istituzioni pubbliche (Commissione europea, agenzie nazionali, comuni), consigli giovanili, facilitatori, ministeri, volontari, influencer, giovani, ricercatori, scienziati, altre NGO, imprese sociali (CSR), formatori, ecc.).

A livello europeo, ci sono alcune risorse che possono aiutare sia i cittadini che i professionisti a valutare la propria competenza digitale. Ad esempio, il [Digital Competence Framework for Citizens \(DigComp\)](#) fornisce una comprensione comune di cosa sia la competenza digitale e delinea ciò di cui ha bisogno un cittadino e un dipendente digitalmente competente.



Avere tecnologie digitali è una parte centrale del tuo lavoro. Tu e il tuo team dovete possedere insieme le competenze digitali necessarie per una serie di motivi, inclusi ma non limitati a: **flusso di lavoro, gestione del progetto, comunicazione, marketing e sensibilizzazione efficace**. Oggi la comunicazione digitale è un pilastro fondamentale in ogni settore. La comunicazione digitale migliora la comunicazione interna all'interno di una NGO e anche la comunicazione esterna con diversi partner e collaboratori. Rende anche il lavoro molto più semplice ed efficiente.



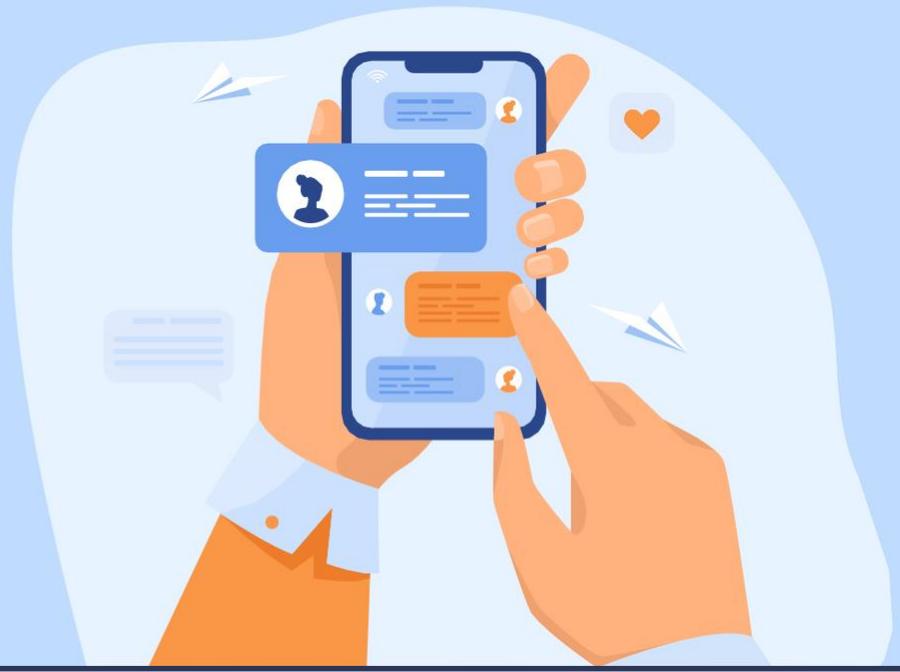
Innovazione nella e-partecipazione

La partecipazione elettronica si riferisce all'uso di Internet, dei social media, della tecnologia mobile e di altre tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) per consentire la partecipazione delle persone alla vita democratica. A volte è anche chiamata **partecipazione intelligente**.



Il mondo digitale e gli strumenti digitali possono consentire la partecipazione fornendo:

- **Un canale informativo** attraverso il quale i giovani possono accedere a informazioni che supportano la loro partecipazione. Ad esempio, fonti di notizie, informazioni sui dibattiti politici e dettagli sulla definizione delle politiche.
- **Un canale di comunicazione** attraverso il quale le persone possono comunicare tra loro e con altre persone rilevanti per la partecipazione, come i decisori.
- **Una piattaforma per creare**, condividere e distribuire contenuti. Ad esempio, per reclutare nuovi partecipanti al progetto o per distribuire un messaggio di campagna.
- **Uno spazio virtuale** in cui possono svolgersi attività di partecipazione e in cui possono formarsi comunità virtuali.



La partecipazione elettronica è un processo importante per il settore delle NGO in quanto consente al tuo team di essere più **efficiente** nella trasmissione delle informazioni, **raggiungendo il tuo pubblico di destinazione più rapidamente**, con **messaggi più specifici** e su **più piattaforme**. Uno degli aspetti più innovativi dell'e-participation è che, senza barriere e limiti fisici, diventa possibile fare cose come coinvolgere un gran numero di persone o ospitare interazioni con persone in più luoghi del mondo contemporaneamente.



Risorse umane

Le risorse umane sono un'area ampia e spesso legale della gestione di un'organizzazione. Questa guida non offrirà consigli sugli aspetti legali di questo problema. **È tua responsabilità ricercare e comprendere le leggi e le politiche del proprio paese.** Tuttavia, ci sono problemi di risorse umane che non sono legali e sono **importanti per costruire una cultura del lavoro sostenibile.** Le due aree che questa guida introdurrà sono l'attrazione dei talenti e lo sviluppo e la conservazione dei talenti.



Attrazione del talento

Il concetto di attrazione del talento (onboarding) si riferisce ai processi in cui i nuovi assunti vengono integrati nell'organizzazione. Comprende attività che consentono ai neoassunti di completare un processo iniziale di orientamento ai neoassunti, oltre a conoscere l'organizzazione e la sua struttura, cultura, visione, missione e valori.

Inizia creando un processo di attrazione del talento che è stato stabilito e scritto. **Quattro aree sono importanti da includere nel processo di attrazione del talento:**

- **valori:** presentare i valori della NGO e i comportamenti/azioni che sono in linea con essi. I valori devono essere ripetuti e inclusi il più possibile nella narrativa delle NGO.
- **priorità:** articola chiaramente e insegna le priorità della tua NGO
- **risultati:** ciò che il tuo team e la tua NGO hanno raggiunto finora, festeggiali
- **e fallimenti:** meritano anche attenzione - quando viene commesso un errore, bisogna essere aperti e ammetterlo.

Il fallimento è la base del successo.

Ogni NGO deve creare una cultura in cui il feedback costruttivo sia ben implementato, misuri costantemente i progressi e migliori lungo il percorso. Condividendo tutto questo durante il processo di onboarding inizi a stabilire, con il tuo nuovo assunto, qual è la cultura della tua NGO.



Sviluppare e trattenerne il talento

Dopo aver assunto qualcuno che si unisca al tuo team, il tuo lavoro con loro è appena iniziato. Oltre a garantire che il tuo processo di onboarding ti accolga e ti completi, in qualità di leader, questi hanno la responsabilità di conoscere i propri dipendenti e di aiutarli a crescere professionalmente. Ci sono molti modi per farlo e farlo bene richiede la creazione di metodi sia formali che informali per conoscere i tuoi dipendenti e lavorare con loro per svilupparli professionalmente



Un modo è creare un **Team Vision Board** con i profili di carriera delle persone costituiti dai loro:

- **Valori** - ampi obiettivi desiderabili che motivano le azioni delle persone e fungono da principi guida nella loro vita - devono essere definiti e promossi sul posto di lavoro.
- **Talenti/punti di forza** - le attitudini naturali, le qualità interiori che emergono senza sforzo devono essere definite utilizzando diversi strumenti. Uno strumento che vale la pena menzionare è il [Clifton Strength Finder](#). Esso consiste di 4 domini con 34 tratti/talenti. I domini sono Executing (persone che fanno cose), Influenzare (persone che naturalmente prendono il comando, si alzano, parlano e si assicurano che la squadra sia ascoltata), Creazione di relazioni (persone che naturalmente tengono unita la squadra e fanno squadra insieme rispetto alla somma delle sue parti), e pensiero strategico (assorbire e analizzare le informazioni per prendere decisioni migliori). Puoi anche utilizzare la [valutazione della forza e del carattere VIA](#)
- **Passioni**: capire cosa accende le persone con un sentimento di entusiasmo o eccitazione.



Ogni giorno, la domanda che ogni fondatore di ONG dovrebbe porsi è - come posso massimizzare e utilizzare il potenziale delle risorse umane che fanno parte della ONG, come posso aiutare i miei dipendenti a svilupparsi in modi che li entusiasmano e come posso delegare di più e motivare le persone con cui lavoro?

Far parte di una ONG appassionata e ben gestita può essere molto soddisfacente per i tuoi dipendenti; entrano a far parte di una causa e di una trasformazione. E prendersi cura dei propri dipendenti è ancora fondamentale per la loro fidelizzazione. Ci sono benefici per i dipendenti che possono svilupparli e trattenerli. Il fondatore di una NGO deve capire quali sono le cose che motivano di più i suoi dipendenti e fornirle. **Considera attentamente quali tipi di benefici per lo stile di vita la tua NGO potrebbe essere in grado di fornire.** Alcuni esempi includono:

- Carte multisport che consentono ai dipendenti di praticare qualsiasi sport desiderino
- Pacchetti di benefici per la salute
- Buoni alimentari
- Aperitivi settimanali o pranzi delle NGO
- Tempo durante la settimana per fare volontariato
- Tempo creativo durante la settimana per sviluppare le proprie idee da presentare al team





Crediti

Un enorme grazie al nostro fantastico team che ha investito tempo, cuore e passione in questa guida:



Maria
Gylfadottir



Giuseppina
Bomba



Adelina
Dragomir



Andrey
Iliev



Andrea
Kasper



Yana
Traykova



Valentin
Terziev



Morag
Cassidy



Gabriela
La Morgia

Design



G.Ivanov