

terze letture

a cura di EMANUELA ZUCCALA

# L'ansia di farsi conoscere e il rischio di diffondere il nulla

Escono in questi giorni tre volumi dell'editore **Franco Angeli** dedicati al Terzo settore, in particolare a chi si occupa di comunicazione per gli enti non profit, alle fondazioni bancarie e alle cooperative alle prese con le complicazioni del bilancio. Il primo, «Come comunicare il Terzo settore» (di P. Cifarella, S. Martello, G. Vecchiato, S. Zicari, 232 pagine, 24 euro), è un manuale di suggerimenti pratici per promuovere all'esterno le attività e i valori delle organizzazioni non profit. «Troppo spesso - scrivono gli autori - l'ansia di voler comunicare tutto e subito si trasforma nella comunicazione del nulla, evidenziando distorsioni che riguardano la consapevolezza e la razionalizzazione delle risorse-strumenti a disposizione». Da qui, gli esempi proposti nel volume allo scopo di consolidare i rapporti con un'utenza fidelizzata e di conquistare un'utenza potenziale: redigere un piano di comunicazione; comunicare il non profit a partire dal marchio; quali strumenti di relazioni pubbliche nel Terzo settore; le linee guida per la comunicazione interna, la comunicazione di crisi e quella multimediale; come dare notizia di una raccolta fondi; la misurazione dell'efficacia della comunicazione.

Il libro «Fondazioni di origine bancaria: innovazione ed evoluzione» (di D. Bodega, G. Cioccarelli, S. Denicolai, P. Vello, 192 pagine, 22 eu-

ro) esamina invece l'organizzazione e la gestione manageriale delle fondazioni bancarie in Italia a quasi vent'anni dalla loro nascita: enti che ormai sono quasi un centinaio, dispongono di un patrimonio ingente e ricoprono un ruolo chiave in molte attività culturali, sociali e di ricerca. Gli autori si inseriscono nel dibattito sull'identità di questi enti: attraverso la lettura di dati empirici raccolti nel corso di indagini sul campo, si sonda il livello di maturazione manageriale e di innovazione organizzativa che contraddistinguono queste aziende private non profit del panorama filantropico italiano, delineandone anche l'evoluzione per il futuro.

Infine, «Il bilancio delle società cooperative» (di Edmondo Belbello e Andrea Dili, 224 pagine, 19 euro) si rivolge sia agli addetti ai lavori (operatori delle cooperative, professionisti, potenziali finanziatori) sia a coloro che vogliono approfondire la materia. L'impresa cooperativa rappresenta infatti una delle tipologie societarie più complesse dell'attuale panorama normativo, caratterizzata da obiettivi specifici che si affiancano a quelli delle imprese di capitali "ordinarie". Il testo fornisce quindi un'analisi dei principali aspetti gestionali delle cooperative e le ripercussioni sulla rendicontazione economico-finanziaria, tentando di dare nozioni e suggerimenti operativi a chi deve affrontare tali argomenti.

