

Essenziale, ma rigoroso, il testo è un vero e proprio manuale per tutti coloro che devono assicurare vitalità e successo a imprese *non profit*.

Sono oltre diecimila le associazioni culturali, sociali, umanitarie, politiche, ecc. diffuse in Italia. In questi ultimi decenni si è assistito a un forte sviluppo dell'associazionismo, basato sul volontariato, con forme e contenuti sempre più complessi. Si tratta di realtà definite non profit, caratterizzate da un'ampia varietà di dimensioni, diffusione territoriale e campi di attività.

Qualunque sia la loro configurazione, si tratta di **entità organizzative** che devono essere gestite efficacemente, con criteri e strumenti adeguati.

Il libro è un contributo organico al tema della gestione e dello sviluppo delle associazioni incentrato sui fondamentali aspetti di **strategia, marketing, economia e finanza, organizzazione** e gestione delle risorse umane.

Particolare attenzione viene dato al ruolo centrale giocato da **Internet** nelle **nuove strategie di promozione**, con suggerimenti di tipo pratico e operativo per le associazioni che intendano utilizzare in modo proficuo, sotto il profilo della comunicazione, il proprio sito web.

Il libro presenta inoltre un **caso concreto di progettazione e realizzazione di un'originale iniziativa di volontariato**.

Gian Carlo Cocco, dal 1993 al 2006 è stato fondatore, Presidente e azionista di maggioranza della Ideamanagement s.r.l. Attualmente coordina progetti di consulenza e formazione per aziende nazionali e multinazionali, incentrati sulla valorizzazione del capitale umano d'impresa e sullo sviluppo dei processi di innovazione, applicando le neuroscienze al campo manageriale. Coordina per Manageritalia il progetto di volontariato "Un Ponte sul Futuro" destinato ai futuri manager. È docente presso l'Università telematica e-Campus di Novedrate per il corso sulle intelligenze manageriali per la Facoltà di Economia nei suoi tre indirizzi: Psicoeconomia, Economia e commercio, Banche e Assicurazioni. Ha scritto oltre venti libri di management tra i quali ricordiamo *Intelligenze Manageriali*, 2010 e *Neuromanagement*, 2016, entrambi FrancoAngeli.

FrancoAngeli
Management
Le conoscenze per innovare

€ 18,50 (M)

ISBN 978-88-917-2995-8



9 788891 729958

100.718 G.C. Cocco GESTIRE UN'ASSOCIAZIONE

MANAGEMENT

Gestire un'associazione

Strategia, organizzazione e marketing per operatori di imprese non profit

Nuova edizione

Gian Carlo Cocco



FRANCOANGELI

AM - La prima collana di management in Italia

Testi advanced, approfonditi e originali, sulle esperienze più innovative in tutte le aree della consulenza manageriale, organizzativa, strategica, di marketing, di comunicazione, per la pubblica amministrazione, il non profit...

Gian Carlo Cocco

Gestire un'associazione

Strategia, organizzazione e marketing
per operatori di imprese non profit

Nuova edizione

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.


FRANCOANGELI

Progetto grafico della copertina: Elena Pellegrini

2ª edizione. Copyright © 2009, 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa	Anno
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore. Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota o in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali (www.clearedi.org; e-mail autorizzazioni@clearedi.org).

Stampa: Digital Print Service srl - sede legale: via dell'Annunciata 27, 20121 Milano
Sedi operative: via Torricelli 9, 20090 Segrate (MI) e via Merano 18, 20127 Milano

DS

ANGELI 20.7.2016 91

Indice

Premessa	pag. 11
1. Il marketing associativo	» 15
1. Breve panorama sull'associazionismo culturale ed educativo	» 16
2. Che cos'è il marketing e in che consiste il marketing associativo	» 17
3. I criteri e gli strumenti per la segmentazione delle associazioni culturali ed educative	» 20
4. L'analisi della popolazione che compone le associazioni	» 22
5. La suddivisione tradizionale delle associazioni educative e culturali, e i possibili nuovi criteri di riferimento	» 23
6. Le finalità del marketing associativo	» 24
7. La rilevazione dei dati delle associazioni e la loro elaborazione	» 25
7.1. Le modalità di rilevazione dei dati	» 26
7.2. L'elaborazione dei dati	» 30
7.3. La rappresentazione dei dati	» 32
7.4. L'interpretazione dei dati	» 32
8. Il marketing associativo e la soddisfazione degli utenti	» 32
2. La forza associativa: differenziazioni, integrazioni e sinergie tra le associazioni culturali ed educative	» 37
1. I vantaggi delle coalizioni nella storia, nell'impresa e nella scienza e cultura	» 38
2. I vantaggi delle coalizioni tra le diverse associazioni culturali ed educative	» 41
3. Alcuni aforismi sulle associazioni e sulle alleanze tra associazioni	» 44

3. L'organizzazione delle associazioni: assetto, ruoli, funzionamento, regole d'azione in relazione alle finalità	pag. 46
1. Cenni introduttivi sulla costituzione e sullo statuto di una associazione	» 46
2. La lettura delle associazioni come sistemi organizzativi	» 48
3. L'organizzazione interna di un'associazione	» 50
4. Il funzionamento degli organi collegiali delle associazioni	» 53
5. Spunti applicativi	» 55
4. L'autonomia economica e finanziaria e le fonti di finanziamento delle associazioni non profit	» 57
1. Lo sviluppo della sensibilità economica nella gestione di un'associazione	» 58
2. La contabilità generale e il bilancio d'esercizio	» 58
3. La contabilità analitica e l'analisi dei costi	» 60
4. Il bilancio preventivo e il controllo di gestione	» 61
5. Dotazioni, fondi e trasparenza	» 63
6. Sintetico glossario amministrativo e finanziario	» 64
7. L'autonomia economica e finanziaria e le fonti di finanziamento delle associazioni non profit	» 67
7.1. Organizzazione di un progetto attraverso la definizione del valore aggiunto sull'evento	» 68
7.2. Ciclo di vita del progetto	» 68
7.3. L'autofinanziamento delle associazioni	» 69
7.4. Le sponsorizzazioni	» 70
8. Il <i>fund raising</i>	» 72
5. Comunicare tramite Internet	» 75
1. Brevissima storia di Internet	» 76
2. La creazione di un sito informatico	» 77
3. Il caso dell'associazione Rinnovamento	» 79
4. Esempi di videate di un sito: l'associazione Rinnovamento	» 81
6. I manager delle associazioni: vocazione o professione?	
1. Scoprire, riconoscere e sviluppare le capacità necessarie per gestire un'associazione	» 86
2. Il profilo del dirigente di un'associazione educativa e culturale	» 93
3. Modalità di rilevazione delle capacità	» 96

7. Un caso di nascita e sviluppo di un'organizzazione no profit: Fondazione Giancarlo Quarta Onlus	pag. 114
Conclusioni	» 123
Appendice. Un nuovo Servizio di Manageritalia destinato ai figli dei dirigenti associati che hanno iniziato un'attività lavorativa "Un Ponte sul Futuro"	» 127